

**T.C.  
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**DİNİ YÖNELİM VE SEKÜLER DÜNYA GÖRÜŞÜNÜN TURİZMİN  
ALGILANMASINA ETKİLERİ**

**DOKTORA TEZİ**

**Eyüp AKTÜRK**

**Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ**

**Tez Danışmanı : Prof. Dr. Said KINGİR**

**Mayıs 2019**

T.C.  
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ


DİNİ YÖNELİM VE SEKÜLER DÜNYA GÖRÜŞÜNÜN TURİZMİN  
ALGILANMASINA ETKİLERİ

DOKTORA TEZİ

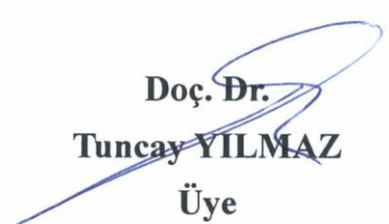
Eyüp AKTÜRK


Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ


Bu tez 02/05/2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği /  
Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

  
Prof. Dr.  
Said KINGİR  
Jüri Başkanı

  
Prof. Dr.  
Oğuz TÜRKAY  
Üye

  
Doç. Dr.  
Tuncay YILMAZ  
Üye

  
Doç. Dr.  
Şevki ULAMA  
Üye

  
Doç. Dr.  
Erkan TAŞKIRAN  
Üye

## BEYAN

Tez içindeki tüm verilerin akademik kurallar çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, görsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uygun şekilde sunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezde yer alan verilerin bu üniversite veya başka bir üniversitede herhangi bir tez çalışmasında yahut başka bir çalışmada kullanılmadığını beyan ederim.



Eyüp AKTÜRK  
02/05/2019

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanmasında maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen Tez Danışmanım Değerli Hocam Sayın Prof.Dr. Said KINGİR'a, çalışmanın bulgularının sunumu ve yorumlanmasında emeği geçen değerli meslektaşım, aziz ve çok kıymetli arkadaşım Sayın Dr. Süleyman AĞRAŞ'a ve Sayın Osman AKTAŞ'a, çalışmanın verilerini toplamak için destek olan Sakarya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeler Koordinatörlüğü'ne (2018-60-02-001) ve her zaman varlığıyla beni destekleyen, motive eden Kıymetli Eşim Fatma AKTÜRK'e ve sevgili çocuklarım Hümeysa, Rumeysa ve Meryem'e teşekkürlerimi ve minnettarlığımı sunuyorum.

**Eyüp AKTÜRK**

02/05/2019

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	i
İÇİNDEKİLER .....	ii
KISALTMALAR .....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xi
ÖZET.....	xii
SUMMARY .....	xiii
BÖLÜM 1.	
GİRİŞ .....	1
1.1. Çalışmanın Konusu .....	2
1.2. Çalışmanın Amacı .....	2
1.3. Çalışmanın Ana ve Alt Problemi .....	2
1.4. Çalışmanın Sınırlılıkları .....	3
1.5. Çalışmanın Önemi .....	3
1.6. Çalışmanın Yöntemi.....	3
1.7. Evren ve Örneklem.....	4
1.8. Verilerin Toplanması.....	4
1.9. Verilerin Analizi.....	4
BÖLÜM 2.	
DİNİ YÖNELİM VE SEKÜLER DÜNYA GÖRÜŞÜ.....	5
2.1. Din ve Tüketim.....	5
2.1.1. Din ve ekonomi ilişkisi (Klasik Dönem) .....	5
2.1.2. İslam toplumlarında din ile ekonomi arasındaki ilişki .....	7
2.1.3. Homo-İslamicus .....	9

2.1.4. Mal-mülk edinme .....	10
2.1.5. Din ve üretim-tüketim ilişkisi .....	11
2.1.6. Din ve üretim-tüketim ilişkisinde sermaye ve faiz.....	13
2.2. Dini Yönelim Olgusu .....	15
2.2.1. Dini yönelimin kavramsal çerçevesi .....	16
2.2.2. Dini yönelimin oluşum süreci .....	18
2.2.3. Dini yönelimin özellik ve bileşenleri .....	21
2.2.4. Dindarlığı etkileyen faktörler .....	23
2.2.5. Dini yönelimin işlevleri.....	27
2.2.6. Aile ve dini yönelim ilişkisi .....	29
2.2.7. Cinsiyet ve dini yönelim ilişkisi.....	30
2.2.8. Cinsellik algısı ve dini yönelim ilişkisi .....	33
2.2.9. Medeni durum ve dini yönelim ilişkisi .....	36
2.2.10. Yaş ve dini yönelim ilişkisi.....	38
2.2.11. Coğrafi alan ve dini yönelim ilişkisi .....	41
2.2.12. Kent yaşantısı ve kırsal yaşantı ile dini yönelim ilişkisi.....	42
2.2.13. Eğitim düzeyi ve dini yönelim ilişkisi.....	43
2.2.14. Sosyal ve ekonomik statü ve dini yönelim ilişkisi .....	44
2.3. Sekülerleşme ve Seküler Dünya Görüşü .....	47
2.3.1. Klasik sekülerleşme teorisi.....	50
2.3.2. Dini piyasalar teorisi .....	52

### BÖLÜM 3.

#### TURİZM ENDÜSTRİSİ VE TURİZMİN ALGILANMASINA ETKİ EDEN

UNSURLAR .....	54
3.1. Turizm Endüstrisinin Önemi ve Gerekliliği .....	54
3.2. Turizm Endüstrisinin Bileşenleri .....	57
3.3. Turizm Endüstrisinin Ekonomik Etkileri .....	63
3.4. Turizm Endüstrisinin İstihdama Etkisi.....	69
3.5. Turizmin Çevresel Etkileri .....	74
3.6. Turizmin Toplumsal Etkileri .....	76
3.7. Turizmin Algılanması ve Turistlere Yönelik Tutumlar .....	82

3.8. Dini Yönelim ve Sekülerizm Bağlamında Turizm Algısı.....	85
3.8.1. Dini yönelim ve turizm algısı.....	86
3.8.2. Sekülerleşme ve turizm algısı .....	90
BÖLÜM 4.	
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	93
4.1. Araştırma Amacı ve Yöntemi .....	93
4.2. Araştırmanın Modeli .....	94
4.3. Evren ve Örneklem.....	94
4.4. Veri Toplama Aracı.....	96
4.5. Verileri Toplama Süreci .....	97
4.6. Verilerin Analizi.....	97
BÖLÜM 5.	
BULGULAR VE YORUMLAR.....	100
5.1. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Durum Dağılımı .....	100
5.2. Frekans Analizleri .....	104
5.2.1. Dini yönelimlere ilişkin bulgular .....	104
5.2.2. Seküler dünya görüşü .....	108
5.2.3. Turistlere yönelik tutumlar.....	109
5.2.4. Turizm faaliyetlerinin etkileri .....	111
5.3. Faktör Analizleri .....	113
5.3.1. Dini yönelimler ölçeğine ilişkin faktör analizi.....	114
5.3.2. Seküler dünya görüşü ölçeğine yönelik faktör analizi .....	116
5.3.3. Turistlere yönelik tutumlar ölçeğine yönelik faktör analizi .....	117
5.3.4. Turizm faaliyetlerinin etkileri ölçeğine yönelik faktör analizi.....	119
5.4. Korelasyon Analizleri ve Hipotez Testleri.....	120
5.5. Farklılık Analizleri .....	127
BÖLÜM 6.	
TARTIŞMA VE SONUÇ .....	175
6.1. Öneriler.....	179

KAYNAKÇA.....	181
EKLER.....	205
ÖZGEÇMİŞ .....	208





## KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKTOB	: Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
Çev.	: Çeviren
DİB	: Diyanet İşleri Başkanlığı
Ed.	: Editör
Fak.	: Fakülte
Hız.	: Hazreti
İ.İ.B.F	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
S.E.S	: Sosyo-Ekonomik Statü
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
WTO	: Dünya Sağlık Örgütü
WTTC	: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1. İslam Dininin Bazı Tüketim Prensipleri .....	12
Tablo 2.2. Mudarabe ve Müşarake Ortaklık Sözleşmeleri İçeriği .....	14
Tablo 2.3. Mudarabe Çeşitleri.....	14
Tablo 2.4. Dinlerin Temel Oluşum Yapıları .....	19
Tablo 2.5. Dinin İşlev ve Fonksiyonları .....	28
Tablo 2.6. Cinsiyet Temelinde Dini Yönelim Olgusu .....	33
Tablo 2.7. Yaş Aralıkları Bazında Dini Yönelim .....	40
Tablo 2.8. 30-60 Yaş Aralığında Dini Yönelim Kuramları .....	40
Tablo 2.9. Dini Yönelimi Etkileyen Faktörlere İlişkin Araştırmalar .....	47
Tablo 3.1. Turizm Olgusunun Tarihsel Süreç İçerisindeki Anlamsal Değişimi .....	55
Tablo 3.2. Konaklama Tesislerinde İstihdam Oranları .....	61
Tablo 3.3. Belirli Ülkelerin Turizm Gelirleri (Milyar \$) .....	67
Tablo 3.4. Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen Ülkeler .....	67
Tablo 3.5. Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları (Aylar ve Yıllar itibariyle).....	68
Tablo 3.6. Yabancı Ziyaretçi ve Yurt Dışında İkamet Eden Vatandaş Ziyaretçilerden Elde Edilen Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre Dağılımı .	68
Tablo 3.7. Antalya Ekonomisinin Sektörel Olarak Paylara Ayrılması .....	69
Tablo 3.8. Belirli İllere Göre Turizm İstihdamının Yüzdelerik Dağılımı.....	70
Tablo 3.9. Dünya Genelinde Turizm Sektörü İstihdam Verileri.....	72
Tablo 3.10. Türkiye Turizm Sektörü İstihdam Verileri .....	72
Tablo 3.11. Turizm Harcamalarının İstihdama Katkı Sağladığı Alanlar .....	73
Tablo 3.12. Turizmin Çevresel Etkileri .....	75
Tablo 4.1. $\alpha= 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri .....	95
Tablo 4.2. Örneklemin İllere Göre Dağılımı.....	96
Tablo 5.1. Cinsiyet Durumu.....	100
Tablo 5.2. Yaş Dağılımı .....	100

Tablo 5.3. Medenî Durum.....	101
Tablo 5.4. Sosyal Statü Dağılımı .....	101
Tablo 5.5. Öğrenim Durumu.....	102
Tablo 5.6. Gelir Durumu (aylık) .....	102
Tablo 5.7. Şehirde İkamet Etme Süresi.....	102
Tablo 5.8. Yerel halkın Kendilerini Tanımlama Şekli (Katılımcılar birden fazla seçeneği işaretleyebilmiştir.).....	103
Tablo 5.9. Turizm Sektöründe Çalışma Durumu.....	104
Tablo 5.10. Yabancı Turistlerle Herhangi Bir Etkileşim İçinde Bulunma Durumu.....	104
Tablo 5.11. Dini Yönelimler Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu .....	105
Tablo 5.12. Dini Yönelim Ölçeği Ortalamalar Tablosu.....	107
Tablo 5.13. Seküler Dünya Görüşü Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu .....	108
Tablo 5.14. Seküler Dünya Görüşü Ölçeği Ortalamalar Tablosu .....	109
Tablo 5.15. Turistlere Yönelik Tutumlar Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu .....	110
Tablo 5.16. Turistlere Yönelik Tutumlar Ölçeği Ortalamaya Göre Sıralama Tablosu.....	111
Tablo 5.17. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Düşünceler Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu.....	112
Tablo 5.18. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Ortalamalar Tablosu.....	113
Tablo 5.19. Dini Yönelim Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu.....	114
Tablo 5.20. Dini Yönelim İçin Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu ve Cronbach's Alpha İstatistiği .....	115
Tablo 5.21. Seküler Dünya Görüşü Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu .....	116
Tablo 5.22. Seküler Dünya Görüşü Üzerine Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu .....	117
Tablo 5.23. Turistlere Yönelik Tutumlar Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu.....	117
Tablo 5.24. Turistlere Yönelik Tutumlar Üzerine Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu .....	118

Tablo 5.25. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Unsurlar Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu .....	119
Tablo 5.26. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Unsurlar Üzerine Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu.....	119
Tablo 5.27. Korelasyon Analizi Tablosu-1 .....	121
Tablo 5.28. Korelasyon Analizleri-2.....	123
Tablo 5.29. Korelasyon Analizleri-3.....	124
Tablo 5.30. Korelasyon Analizleri-4.....	126
Tablo 5.31. Cinsiyete Göre Farklılıklar İçin Yapılan T-Testi Sonuçları .....	127
Tablo 5.32. Yaş Gruplarına Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	128
Tablo 5.33. Yaş Gruplarına Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları.....	131
Tablo 5.34. Medeni Duruma Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	135
Tablo 5.35. Medeni Duruma Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları.....	137
Tablo 5.36. Eğitim Durumuna Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	140
Tablo 5.37. Eğitim Duruma Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları.....	142
Tablo 5.38. Gelir Gruplarına Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	145
Tablo 5.39. Gelir Gruplarına Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları -1 .....	147
Tablo 5.40. Katılımcıların Şehirde İkamet Süresine Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	150
Tablo 5.41. İkamet süresine göre farklılıkların tespiti için yapılan Post Hoc test sonuçları.....	151
Tablo 5.42. Katılımcıların Mesleklerine Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	155

Tablo 5.43. Mesleğe Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları.....	158
Tablo 5.44. Katılımcıların İkamet Ettikleri İllere Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları .....	162
Tablo 5.45. İkamet edilen ile göre farklılıkların tespiti için yapılan Post Hoc test sonuçları.....	163
Tablo 5.46. Yabancılarla Etkileşim İçinde Bulunma Durumuna Göre Farklılıklar T-Testi Analiz Sonuçları .....	166
Tablo 5.47. Turizmle İlgili Bir İşte Çalışma Durumuna Göre Farklılıklar T-Testi Analiz Sonuçları.....	167
Tablo 5.48. Katılımcıların Kendilerini Tanımlama Şekline Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları.....	169

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Tarım Toplumuna Ait Bileşenler .....	5
Şekil 2.2. 30-60 Yaş Arası Dini Yönelim Modelleri .....	38
Şekil 2.3. Sosyo-Ekonomik Statü Grupları .....	46
Şekil 3.1. Turizm Sektörünü Etkileyen Eğilimler .....	60
Şekil 4.1.Örnekleme Büyüklüğünün Hesaplanması Formülü.....	96

# DİNİ YÖNELİM VE SEKÜLER DÜNYA GÖRÜŞÜNÜN TURİZMİN ALGILANMASINA ETKİLERİ

## ÖZET

Bu çalışmada Türkiye'nin üç önemli turizm destinasyonu olan ve herbiri farklı turistik ürün kapasitesine sahip Antalya, Trabzon ve Nevşehir illerinde yaşayan yerel halkın dini yönelim ve seküler dünya görüşünün turizmin algılanmasına yönelik etkileri incelenmiştir. Çalışmada nicel araştırma yönteminin kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak beşli likert ölçekli anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler tanımlayıcı ve keşfe yönelik istatistiksel tekniklerle analiz edilmiştir.

Araştırmada katılımcıların sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerinin araştırma bulgularında farklılık oluşturup oluşturmadığı ortaya konulmuştur. Ulaşılan sonuçlar, hem dini yönelim hem de seküler dünya görüşünün turizmin etkilerini algılamada etkili olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, cinsiyet, medeni durum, yaş gibi demografik değişkenlere göre katılımcıların hem dini yönelimlerinin ve seküler dünya görüşlerinin hem de turizmin algılanmasında farklılaştığı tespit edilmiştir.

Araştırmada ulaşılan genel sonuçlara göre üç ilde yaşayan yerel toplumun dini yönelimi arttıkça turistlere bakış açısı olumlu olup turizm de ekonomik yönlü bir faaliyet olarak algılanmaktadır. İnanç ve ibadetlerdeki düşük katılım düzeyi, aynı zamanda turistlere yönelik olumsuz tutumları da beraberinde getirmektedir. Öte yandan seküler dünya görüşüne ilişkin ifadelerle katılım arttıkça turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı da artmakta ve turizm faaliyetleri daha negatif algılanmaktadır. Bu negatif algılar turizmin çevresel etkilerinin olumsuz algılanması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dini Yönelim, Sekülerleşme, Turizmin Etkileri, Turistlere Yönelik Tutumlar.

# EFFECTS OF RELIGIOUS ORIENTATION AND SECULAR WORLDVIEW ON PERCEPTION OF TOURISM

## SUMMARY

In this study, religious orientation and secular worldview effects for tourism perception by local population live in Antalya ,Nevşehir and Trabzon that Turkey's three major tourism destinations that each has different tourism product variety such as cultural tourism,nature tourism and sea-sand-sun tourism also different characterized local population is examined.

In the study, quantitative research method was used. Five-point Likert scale survey technique was used as data collection tool. The data were analyzed with descriptive and exploratory statistical techniques. It is revealed that the socio-economic and demographic characteristics of the participants if differ in the research findings. The results shows that both religious orientation and secular worldview are effective in perceiving the effects of tourism. However, according to demographic variables such as gender, marital status and age, it is determined that participants differed in both religious orientations and secular world views and in the perception of tourism.

According to the general conclusions reached in the study, as the religious orientation of the local community in the three provinces increases, the perspective of tourists is positive and tourism is perceived as an economic activity. The low level of participation in faith and worship also brings negative attitudes towards tourists. On the other hand, the accusatory point of view towards increasing the participation in expressions related to secular world view is increasing and tourism activities are perceived as negative. These negative perceptions occur as a negative perception of the environmental impacts of tourism.

Keywords: Religious Orientation, Secularism, Tourism Perception, Attitudes Towards Tourists.



## BÖLÜM 1. GİRİŞ

İnsanoğlu doğumundan itibaren birçok gereksinimine sahip olmaktadır. Bunlar arasında fizyolojik ihtiyaçlar gibi (beslenme, barınma, vb.) olguların yanında, inanma ihtiyacı ön plana çıkmaktadır. Bu durum dinleri gündeme getirmektedir. Dünya üzerinde birçok inanç ve birçok ibadet biçimi söz konusudur. Her bir dinin kendisine göre uygulamaları ve bu dine inananların inanma seviyeleri bulunmaktadır. Bir din kendi içerisinde dindarlık seviyelerini belirlerken, dinler arasında çeşitli dindarlık düzeyleri karşımıza çıkmaktadır. Bazı inanışlar daha esnek yaşam koşullarını bünyesinde barındırırken, bazıları ise katı ve kuralcı ibadeti kabul etmektedir.

Dindarlık olgusu birçok farklı kaynaktan beslenmektedir. Her bir uzmanın kendine göre farklı bir din tanımı olduğu ve buna bağlı olarak dindarlığı bu tanıma göre şekillendirdiği görülmektedir. Böylelikle farklı dindarlık kaynakları gün yüzüne çıkmaktadır. Farklı din ve dindarlık tanımları da, dindarlığa ait kaynakların farklılık gösterdiğini kanıtlar nitelik taşımaktadır (Karakaya, 2008:25).

Turizm ise, çalışmamız içerisindeki bir diğer önemli olgu niteliğindedir. Turizm, günümüz koşullarında gerek yurt içi ve gerekse yurt dışı olarak, ülke ekonomilerine, sosyo-kültürel hayata ve politik ilişkilere etkilerde bulunmaktadır. Türkiye ise, gerek geleneksel turizm (deniz, kum güneş), gerek kış turizmi, gerekse inanç turizmi açısından geniş bir yelpazeye sahip bulunmaktadır. Yörelere turistik faaliyet potansiyellerinin yanı sıra, turistleri o bölgeye çekecek ya da o bölgeden uzaklaştıracak birçok etmen olduğu bilinmektedir. Bu olguların tahlili, konumuz açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmada Antalya, Trabzon ve Nevşehir illerinde yaşayan yerel halkın dini yönelim ve seküler dünya görüşünün turizme etkilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

### **1.1. Çalışmanın Konusu**

Çalışmanın konusunu "Dini Yönelim ve Seküler Dünya Görüşünün Turizmin Algılanmasına Etkileri" oluşturmaktadır. Dini yönelim ve seküler dünya görüşü olguları temelinde, din-turizm ilişkisi ve üç ilin yerel halkının konuya ilişkin bakış açısı mercek altına alınmaktadır.

### **1.2. Çalışmanın Amacı**

Çalışmanın amacını; dini yönelim ve seküler dünya görüşü olguları etrafında şekillendirmek mümkün görünmektedir. Olgulara atfedilen anlamların yanı sıra, verilen önem ve türleri üzerinde de durulmaktadır. Çalışmanın temel amacı üç ilde yaşayan yerel halkın dini yönelim ve seküler dünya görüşü temel alınarak bölge halklarının turizmin etkilerine yönelik değerlendirmeleri ve turistlere yönelik tutumlarının ölçülmesidir.

### **1.3. Çalışmanın Ana ve Alt Problemi**

Çalışmanın ana problemi,

- Dini yönelim ve seküler dünya görüşünün insanların turizme bakış açısını nasıl etkilediği ve
- Turistlere yönelik tutumlara nasıl yansıdığı sorunsalına ilişkindir.

Çalışmanın alt problemleri ise;

- Dini yönelimin alt boyutlarının (inanç, ibadet) ve turizmin etkilerine (sosyal, ekonomik, çevresel) yönelik tutumları nasıl etkilediği,
- Seküler dünya görüşü ve turizmin etkilerine yönelik tutumların farklılaşma durumu,
- Dini yönelimin turistlere bakış değiştirip değiştirmediği ve
- Seküler dünya görüşünün turistlere yönelik tutumlarda farklılaşma meydana getirip getirmediği şeklinde belirlenmiştir.

#### **1.4. Çalışmanın Sınırlılıkları**

Çalışmamızın bulguları ve yapılan değerlendirmeler, Antalya, Trabzon ve Nevşehir illerinde ikamet eden yerel halkın tutumları üzerinden ortaya konulmuştur. Bu illerin araştırma kapsamında tercih edilmelerinde, farklı turistik faaliyetlere yönelik turistik ürün sunma kapasitesine (Geleneksel turizm, kültür turizmi, yayla turizm gibi) sahip olmaları, turistlerin tatil tercihlerinde ön sıralarda olmaları ve bu illerdeki turistik yoğunluk nedeniyle turist-yerel halk etkileşiminin yoğun bir şekilde meydana gelmesi gibi faktörler etkili olmuştur. Bunun yanı sıra insanların turizmin etkilerini değerlendirmelerinde ve turistlere yönelik tutumlarını etkileyen başka faktörler olabilmektedir. Bu çalışmada turizmin etkileri ve turistlere yönelik tutumları, dini yönelim ve seküler dünya görüşü olmak üzere iki temel olgu üzerinden açıklanmıştır.

#### **1.5. Çalışmanın Önemi**

Çalışmamızın önemi, güncel ve insan yaşamında değerli bir yer tutan dini yönelim ve dünya görüşünün değerlendirilmesi temelinde ortaya çıkmaktadır. İki olguya ait kavramsal çerçevenin ele alınması, bu olguları oluşturan faktörlerin tespit edilmesi ve turizmin etkileri ile turistlere yönelik tutumlarla ilişkilendirilmesi bu çalışmanın çalışmamıza ayrıcalık katmaktadır. Türkiyenin farklı bölgelerinde yer alan ve farklı turistik ürünlere sahip üç il açısından ele alınan bu ilişkinin ortaya çıkardığı bulguların analiz edilmesi ise, bu alanda yürütülecek çalışmalara kaynaklık edecektir.

#### **1.6. Çalışmanın Yöntemi**

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem kapsamında nedensel-ilişkisel araştırma tasarımı tercih edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler, tanımlayıcı ve keşfedici istatistiksel analizlerle analiz edilmiştir.

## **1.7. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evreni üç ilde yaşayan 2.411.460 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada Antalya, Nevşehir ve Trabzon illeri tabaka olarak kabul edilerek tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada hata payını azaltmaya yönelik minimum 1200 kişi ile görüşülmesi hedeflenmiş ve toplamda 1204 kişi ile yüzyüze görüşme tekniği ile veriler elde edilmiştir.

## **1.8. Verilerin Toplanması**

Verilerin toplanması, Trabzon'da 4, Nevşehir'de 1, Antalya'da 10 kişi olmak üzere toplam onbeş kişilik ekip tarafından Ocak-Şubat 2018 tarihlerinde yüz yüze görüşmeler, hane ve işyeri ziyaretleri yapılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler; örneklem bölümünde illerdeki nüfus büyüklüğüne göre hesaplanan sayılar dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Hane ve işyeri ziyaretleriyle doldurulan formlar daha sonra sayısal kodlara dönüştürülerek bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

## **1.9. Verilerin Analizi**

Veri analiz sürecinde, frekans analizleri ile katılımcıların profili ve anket ifadelerine verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapmaları, keşifsel faktör analizi ile dini yönelim, seküler dünya görüşü, turizmin etkileri ve turistlere yönelik tutumların alt boyutları tespit edilmiştir. Korelasyon ve regresyon analizleri ile dini yönelim ve seküler dünya görüşünün alt boyutları ve turizmin etkileri ve turistlere yönelik tutumların alt boyutları arasındaki ilişkiler tespit edilmiş ve hipotezler değerlendirilmiştir. Son olarak T testi ve Varyans analizleri aracılığıyla katılımcıların demografik özellikleri ve belirli özelliklerinin araştırılan olguları değerlendirme konusunda herhangi bir farklılaşmaya yol açıp açmadığı test edilmiştir.

## BÖLÜM 2. DİNİ YÖNELİM VE SEKÜLER DÜNYA GÖRÜŞÜ

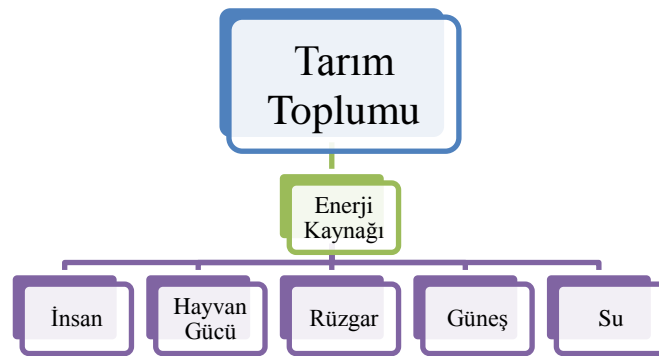
Bu bölümde dini yönelim ve seküler dünya görüşü olguları ile birlikte din, tüketim ve ekonomik yaşam ilişkisi konularına yer verilmiştir.

### 2.1. Din ve Tüketim

Din ve tüketim ilişkisi kapsamında klasik döneme ait ekonomik yapı-din ilişkisi, islam toplumunda din-ekonomi ilişkisi ve üretim tüketim ilişkileri ele alınmaktadır.

#### 2.1.1. Din ve ekonomi ilişkisi (Klasik Dönem)

Klasik döneme ait din ve ekonomi ilişkisi incelendiğinde bu ilişkinin üç aşamadan oluştuğu görülmektedir. Bu noktada ilk aşamanın Ortaçağın kapalı ev ekonomisi olduğu görülmektedir. Bu dönemde üretim hem aile tarafından gerçekleştirilmekte hem de aile adına yapılmaktadır. Bunun yanında diğer kapsadığı alanlar ise, büyük malikane ekonomileridir (Febvre, 1995:72). Bu dönemde ekonomik ilişkiler daha çok tarıma dayalı ekonominin tasarımına odaklanmıştır. Şekil 2.1.'de tarım toplumunda üretime ait bileşenler gösterilmiştir.



Şekil 2.1. Tarım Toplumuna Ait Bileşenler (Ökmen, 2003,:275)

Şekil 2.1.'de gösterildiği gibi, tarım toplumunun enerji kaynakları ve itici güçleri olan insan, hayvan gücü, rüzgar, su ve güneş, üretim ve tüketim faaliyetlerine göre şekillenmekte ve ekonomik gücün tamamen toprak sahiplerine ait olduğu görülmektedir.

İkinci aşama ise, müşteriler için üretimin yapıldığı bir dönemi temsil etmektedir. Burada, üretici ile tüketici arasında mübadele yapılması söz konusudur. Yapılan yer ise kent olmaktadır. Buradaki kent pazar olarak kabul görmektedir. Üçüncü aşamada ise üretim yalnızca aile ya da kent için yapılmamakta, ulus ve hatta uluslar için yapılmaktadır. Bu aşamaya ulusal ekonomi aşaması da denilebilmektedir. Süreç olarak, modern ulus devletlerin gündeme geldiği bir aşamadır (Febvre, 1995:72-73).

Ekonomi olgusunun toplumlar bazında şekillenmesinde ve sonrasında da dönüşüme uğramasında bazı faktörlerin yeri yadsınamayacak büyüklüktedir. Her bir ihtiyacın sonrasında karşılanma arzusu ve giderilme kaygısı güttüğü düşünüldüğünde, öncelikle toplayıcılık ve avcılık gibi işlerle uğraşan insanoğlunun daha sonraları yerleşik hayata geçmesi takip etmektedir. Bunun ardından ise, yerleştikleri bölgelerde ekilebilir alanları değerlendirip tarıma başlamaları ve yaşanan gelişmeler ile birlikte teknoloji ve küreselleşmenin de etkisiyle teknoloji çağına geçilmesi ve gerek ekonomiyi gerekse toplumları teknolojik gelişmelerin yönlendirdiği bir çağa girilmiştir.

Klasik döneme tekrar dönülecek olduğunda, fakirlik olgusunun küçük görülmediği ortadadır. Tüm dinlere ait ruhani liderlere göre fakirlik olgusu, elinde kendisine yetecek kadar yeme, içme ve barınma gibi ihtiyaçlarını karşılayan ve bu durumla yetinen insanlara verilen bir sıfattır (Coomaraswamy, 1995:152).

Karmaşık bir yapıya sahip olan toplumsal ilişkilerin çözümlenmesinde din ve ekonomi çok önemli bir yere sahiptir. Sosyolojik çerçevede din ve ekonomi alanındaki çalışmaların öncülerinden kabul edilen Max Weber, dinlerin günlük hayatta yapılan faaliyetler ile ilgi ve çıkarların meşrulaştırılmasında oynadığı rolleri araştırırken, teologların anladığı dil ile ilgilenmek yerine, toplum içindeki dini düşünceler ve yorumlar ile diğer insani davranışlar arasındaki ilişkiler, özellikle insani davranışın ekonomik özellikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Ona göre, din ve dünya arasındaki gerginlik en açık seçik haliyle

ekonomik alanda görülür (Kirman, 2005:174). Klasik dönemin üçüncü aşamasında (Mardin, 1993:126):

- Feodal sisteminin yıkılması,
- Rönesans ve reform hareketleri,
- Matbaanın icadı,
- Yeni yerlerin keşfi,
- Ve diğer gelişmeler beraberinde şekillenmiştir.

Din ile ekonomi ilişkisine ise birçok uzman farklı açılardan bakmışlardır. Örneğin Karl Marx, ekonomiyi tüm teamüllerin üzerinde tutmaktadır. Ona göre, insan bilinci ve tüm sosyal ilişkiler de dahil olmak üzere, iktisadi koşullardan sonra gelmektedir. Burada anlatılmak istenen (Barber, 1999:161):

- Tüm insana ait etkinlikler,
- Nafaka elde etmek için gösterilen çabalar,
- Dini çalışmalar,
- Sanatsal çalışmalar sınıfsal toplumlar tarafından belirlenmektedir.

### **2.1.2. İslam toplumlarında din ile ekonomi arasındaki ilişki**

İslam dininin ekonomik sisteme yeni bir form vermesi, kendi içerisinde farklı bir iş ahlakını oluşturmuştur. Bu noktada bireye düşen görevler şu şekilde sıralanabilir (Türkdoğan, 2005:47):

- Yaşamının sonuna kadar çalışmak,
- Harama el uzatmamak,
- Başkasının kazancına yani harama el sürmemek,
- Daha fazla kazanmak için egoistçe davranmamaktır.

Dünya hayatının geçiciliği, aslolanın ebedi hayat olduğu içselleştirilmiş bir değer olduğu için İslâm toplumlarında “kâr güdüsü” rağbet görmemiş, genel anlamda bir teşebbüs ruhu

da oluşmamıştır. Sadi'nin deyiimiyle “*mal ömrün huzur ve asayışı içindir, ömür mal cem eylemek için değildir*” (Ülgener, 1991:71). Günümüz koşullarına bakıldığında, İslam ekonomisi başlıca üç temel konu etrafında şekillenmektedir. Bunlar (Tabakoğlu, 1988:18):

- Asıl işinin yani mesleğinin iktisat olduğu Müslüman bilim adamlarının görüşleri,
- Fıkhnın iktisada dair ilkeleri,
- İslam İktisat Tarihine ilişkin çalışmalardır.

İslam ekonomisine ait incelemelerin ise farklılık içerdiği görülmektedir. Bu farklılığın sebepleri olarak, ülkeler, farklı kültür ve eğitime sahip uzmanlar, iktisatçı ya da fıkhnçı bilim adamları gösterilebilmektedir (Abdülmannan, 1989:35).

İslam ekonomisi farklı türler bazında ele alınmak istendiğinde, Nakvi (1985)'ye göre dört sınıflandırma söz konusu olmaktadır. İslam ekonomisinin genel özellikleri şu şekilde sıralanmıştır (Nakvi, 1985:74):

- Ekonomik etkinlik insanın ahlâki çevresiyle kopmaz biçimde bağlıdır.
- Temel üretim, tüketim ve dağılım ilişkilerinde tam bir denge olmalıdır.
- Ekonomik alanda bireyin ekonomik özgürlüğü ile devlet kontrolü arasındaki ilişki bireysel özgürlüğü yansıtacak biçimde sağlanmalıdır.
- Halkın farklı kesimleri arasında kaynak transferi bilinçli bir politikayla yürütülür ve borçlu ile alacaklı arasındaki ilişki, ekonomik etkinlikte risk faktörleri göz önüne alınarak iki taraf da mağdur olmayacak şekilde değerlendirilmelidir.

İslam toplumlarında din ile ekonomi arasındaki ilişki bazı parametreler ışığında ele olunacak olduğunda, aşağıdaki sınıflandırma mantıklı olacaktır.

- Homo-İslamicus,
- Mal-Mülk Edinme,
- Üretim-Tüketim,
- Faizin İslam Toplumlarında Sermaye Geliri Olarak Yeri,



- İslam Toplularında Mudarabe.

### 2.1.3. Homo-İslamicus

Homo-İslamicus, hayat karşısında da, ölüm karşısında da, diğer anlayışların oluşturduğu insan tiplerinden, daha güçlü ve daha yücedir. İslam'ın kalkınma modeli, bu odaktan kaynaklanan ilhamını insanın maddi ve manevi tüm boyutlarından almaktadır (İslam Ekonomisi, 2017). İslâm ekonomi sisteminin isleyişinde İslâm insanı anlayışı vazgeçilmez bir faktördür. İslâm insanının davranışları, İslâmın sosyo-ekonomik temelini alt yapısını oluşturmaktadır. Bazı uzmanlara göre ise, İslam insanı olgusu homoeconomicus yani ekonomik insan olgusuna alternatif olarak geliştirilmiştir. Nasr, İslâmî ekonomi açısından Homo İslâmîcus'un merkezi bir rol oynayacağını, bu nedenle birinci önceliğin "Allah'ın vekili olarak yeryüzünde eşitlik ve adalet için çalışacak olan bu insanın yaratılması"na verilmesi gerektiğini belirtmektedir (Özdemir, 2006:114). Bu çerçevede İslam dinine mensup bir insana Müslüman insana, iktisadi bağlamda bakıldığında şu özellikler ön plana çıkmaktadır (Tabakoğlu, 1988:18):

- Allah'a inanan
- Allah'a sığınıp, tevekkül eden
- Kul hakkına saygı gösteren
- Kanaat etmesini bilen

Bu kişisel özelliklerle birlikte İslam dininin ekonomik yaşam, üretim ve tüketim ve alışveriş davranışları ilişkilerin kabul ettiği ve etmediği bir takım hususlar bulunmaktadır. İslam iş ahlakının uyuşmayacağı bazı olgu ve davranışlar söz konusu olmaktadır. İslam iş ahlakıyla bağdaşmayan davranışlardan bazıları şu şekilde sıralanmıştır (Küçükşen, 2011:84):

- Vergi kaçırma
- Sigortasız işçi çalıştırma
- Haksız rekabet ortamı oluşturma
- Aldatıcı yanıltıcı reklâm yapma

- Haksız fiyatlandırma yapma
- Tekelleşme eğilimlerine yönelme
- Haksız ücretlendirme yapma
- İşçi ve çalışan güvenliğini önemsememe
- İnsan sağlığına uygun olmayan ürünler piyasaya sürme
- Sahte fatura basma
- Şirket satın alımında, hissedarların ve çalışanların haklarını gözetmeme sayılmaktadır.

#### **2.1.4. Mal-mülk edinme**

Mülkiyet olgusu, sadece hukukun değil, sosyal, iktisadi, siyasi ve felsefi birçok düşünce ve doktrinin ilgi odağı olmaktadır. Bunun nedeni, bu olgunun hukukun tanıyabileceği en güçlü ve en geniş kapsamlı bir hak mahiyetini taşıması ve buna bağlı olarak insanın eşya ve tabiat üzerinde ferdi hakimiyet kurmasıyla ilgili olmasıdır (Saymen ve Elbir, 1963:217).

Mal ve mülk edinme, birçok dinde ve ekonomide önemli yere sahip bulunmaktadır. Mal ve mülk edinme olgusu, İslam dini içerisinde olumlu karşılanmaktadır. Mülkiyet ve miras hukukunun, Müslümanların mal edinmesi için çıkarıldığı bilinmektedir (Mensching, 1994:106).

İslam dininde mal-mülk, Allah'ın sahibi olduğu ve kullara emanet edilen bir olgu olarak görülmektedir. Aynı zamanda bu olgu, iktisadın da önemli yapı taşlarından bir tanesidir (Sıddıki, 1976:41). Teşebbüs hürriyeti ve mülkiyet hakkının insanın temel haklarından biri olması dolayısıyla, İslam dininde insanın refah içinde yaşamak istemesi kabul edilebilir bir istek olmaktadır (Ülgener, 1981:57).

İslam dini servet ve zenginliğin bizzat kendisine değil, kötü kullanımına karşı olmaktadır. Buna göre adil ve gelişmiş bir toplum için servetin iyi ve zaruri olduğunu kabul etmektedir (Türkdoğan, 1997:70).

Gazzali, servet ve mal-mülkü, zehri ve panzehiri olan bir yılana benzetmektedir. Birçok fayda ve zararın söz konusu olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda, servete sahip olunamadığında küfre ve benzeri hareketlere başvurulabileceği, servete sahip olduğunda ise gaflete düşmenin olası bir durum olduğu belirtilmektedir (Arslan, 2004:581). İslam insanının, mal-mülk edinme konusunda yerine getirmesi gereken bazı kurallar şu şekilde sıralanmıştır (Cemal, 1971:23-21):

- Mal stoku yapmayıp, üretime kazandırmak
- Hile, karaborsa ve faiz gibi uygulamalardan kaçınmak
- Elinde olan malın rüşvet amaçlı kullanılarak mevki yükseltme gib amaçlar için kullanmamak
- Vasiyet ve miras konularında kimsenin hakkını yememek ve gerekeni yapmak
- İsraktan ve cimrilikten kaçınmak

Bu tespitler İslam dinine mensubiyetin mal mülk edinme ve bunu tüketme konusunda insanın bir takım sorumluluklar ve zaruretlerle davranması gerektiğini göstermektedir. Mal-mülk edinme ile birlikte üretim ve tüketim ilişkisi de gündeme gelmektedir. Çünkü belirli bir servete sahip kişilerin yoğun bir üretim ve tüketim gündemi de bulunmaktadır. Bu noktada din ile üretim-tüketim ilişkisinin detaylı bir şekilde ele alınmasında yarar bulunmaktadır.

### **2.1.5. Din ve üretim-tüketim ilişkisi**

İnsanoğlunun varoluşundan ölümüne değin değişmeyecek olan olgular, üretim ve tüketimdir. Yaşam devam ettiği sürece, gerek bireyler ve gerekse toplumlar, üretim-tüketim faaliyetlerine ihtiyaç duymakta ve bunu sürdürmek zorunda olmaktadır. Gerçekleştirilen üretim ve tüketim faaliyetlerine göre ekonomik sistemlerde uygulanan politikalar da farklılık göstermektedir.

İnsanın ihtiyaç duyduğu malları sosyal bir çevre içinde üretme, terk etme ve onlardan yararlanma zorunda bulunması, bu mallara kimin ne şekilde sahip olacağı, mülkiyetin kime ait bulunacağı ve hangi sınırlarda kullanılacağı gibi sorunları ortaya çıkarır ki bunlar siyaset ve hukuk felsefesi içinde incelenmektedir (Güriz, 1969:18).

İslâm dininde insan, asıl gayesi ibadet olan ve her türlü davranışına ibadet özelliği kazandırabilen şerefli bir varlıktır. İslâm toplumu tüketim toplumu değildir. Lüks ve israf yasaklanarak tasarruf edilmesi, tasarrufların da yatırımlara yönlendirilerek yeniden üretime kazandırılması istenmektedir. İslâm'da insanın emrine verilmiş olan bütün kaynaklar ve imkânlar, onun istediği gibi kullanacağı şahsi mal değil, Allah tarafından emanet edilmiş mülktür. İslâm insanı bu mülkü insanların refah ve saadeti ile, toplumda sosyo-ekonomik adaletin sağlanması yolunda kullanması esastır (Erdoğan, 1992:24).

İslam dininde üretim ve tüketim davranışları söz konusu olduğunda bazı prensipler ön plana çıkmaktadır. Bunların başında, doğruluk ve dürüstlük gelmektedir. Hem üretici hem de tüketici Kur'an-ı Kerim'de bu konularda uyarılmaktadır. *“İnsanlardan alırken ölçüp tarttıklarında tam, onlara vermek için ölçüp tarttıklarında ise noksan yapan hilekârlara yazıklar olsun”* şeklindedir (Mutaffifin, Suresi, 83/1-3). Kur'an-ı Kerim, Müslümanların yaşamlarını sürdürmeleri için çalışmalarını ve bunun dışındakileri ise ihtiyacı olanlara harcamalarını öngörmektedir. Dinin öngördüğü yollar dışında kazanma ve para kazanmayı temel gaye edinmenin İslam dini içerisinde yeri bulunmamaktadır. Bu faaliyet İslam dini açısından değer teşkil etmemektedir (Özel, 1998:29).

İslami prensiplere göre, İslam insanının üretim ve tüketim konusunda nasıl hareket etmesi gerektiği konusu bazı kıstaslara göre tasnif edilmektedir. Buna göre, ihtiyaçların karşılanması için tüketim, ihtiyaçtan fazlası için tasarruf yapılmalıdır (Zaim, 1994:106). Bununla birlikte İslam dininin tüketim konusundaki diğer bazı prensipleri Tablo 2.1'de sınıflandırılmıştır (Zengin ve Ömeroğlu, 2017):

Tablo 2.1. İslam Dininin Bazı Tüketim Prensipleri

<b>Tüketim Prensipleri</b>	<b>Açıklamalar</b>
Doğruluk	Doğru yoldan ayrılmama
İtidal	Ölçülülük, aşırıktan kaçınma
Temizlik	Titiz, bakımlı ve pak olma
Erdemlilik	Erdem ve ihsan sahibi olma
Bağış	Yardıma ihtiyacı olanlara yardım etme

**Kaynak:** Zengin ve Ömeroğlu, 2017.

### 2.1.6. Din ve üretim-tüketim ilişkisinde sermaye ve faiz

Sermaye, birçok alanda kullanılmakta ve her birinde farklı bileşenleri bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin hukuki açıdan bakıldığında; ticari bir ortaklık ya da işletmenin amacına ulaşması adına, bu ortaklık ya da işletmeye tahsil edilen: maddi, gayri maddi ve para cinsinden ölçülebilen değerlerin bütünü olarak ele alınmaktadır (Poroy, 2010:127);. Ekonomi alanında incelendiğinde; önceden üretilmiş olan ve emeğin verimini arttıran üretim araçları olarak ifade edilmektedir (Ünsal, 2004:8).

İslâm toplumlarına bakıldığında, mülk edinmenin temel vasıtası emek sarf etmek olduğu görülmektedir. Bir müslüman için ücret, kâr ve kira olmak üzere üç türlü gelir bulunmaktadır (Zaim, 1994:67): Bu üç türlü gelirin sağlanmasında haram ve helâl ölçülerine riayet etmek, kazancı, emek ve kâr-zarar unsurlarına dayandırmak gerekmektedir. Bu noktada sermaye elde etmek için dinin ölçüleri referans alınmalıdır.

Faiz kavramı sermaye ile ilişkili ve sermayenin üretim olmaksızın çoğaltılması ile ilgilidir Bayındır (2007:215) bu konuda şu tespitleri paylaşmıştır: Faiz bastan belli bir fiyat anlaşmasıdır. Ticarete kâr bastan belli olmaz. Borçlunun kâr ya da zarar etmesi faizi etkilemez. Kâr için alım ve satımın gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu süreçte yapılan masraflar düşüldükten sonra elde edilen kısım kârdır. Faizin hareket alanı dardır. Faiz için belli bir süre borç vermek ve o sürecin sonuna kadar beklemek gerekmektedir. Ticaretin alanı ise geniştir. Alım-satım gerçekleştiği anda kişi kârını alabilir. Olmayan para ile borç verilemez ama mal alınabilir.

İslam dini üretim ve tüketim ilişkilerinde mudarabe olgusunu ön plana çıkarmaktadır. Mudarabe olgusu, iki taraf arasında gerçekleştirilen bir anlaşma niteliği taşımaktadır. Burada bir taraf parayı sağlamakta ama işe karışmamaktadır. Diğer taraf ise, işi yürüten ancak para yatırmayan taraf olmaktadır (Sıddıki, 1976:41).

Bu noktada Sermaye sahibine rabbül mal, emek sahibine ise mudarip adı verilmektedir (Kerimoğlu, 1985). İslam mudarabe ve müşarake ortaklık sözleşmeleri bazı maddeleri içermektedir. Bu maddeler Tablo 2.17. yardımcı ile ele alınmaktadır.

Tablo 2.2. Mudarabe ve Müşarake Ortaklık Sözleşmeleri İçeriği

1. Anlaşmaya ait tür
2. Anlaşmaya ait yatırım miktarı
3. Kâr dağılımına ilişkin şartlar
4. Aracı tarafın sermaye işletilirken sahip olduğu serbestlik

**Kaynak:** Çizakça, 1999, s. 5'ten uyarlanmıştır.

Mudarabe, kendi içerisinde mutlak ve mukayyed mudarabe olmak üzere iki şekilde ele alınmaktadır. Bu iki mudarabe türü ile ilgili açıklamalar Tablo 2.3'te yer almaktadır.

Tablo 2.3. Mudarabe Çeşitleri

<b>Mutlak Mudarabe</b>	Sermaye sahibinin herhangi bir şart koşmaksızın müteşebbis ticaret isinde serbest bırakması, Sadece kârın paylaşılma şeklini ve zamanını belirlediği bir ortaklıktır.
<b>Mukayyed Mudarabe</b>	Sermaye sahibinin ana parayı işletmeciye verirken bazı şartlar ileri sürmesi, Müteşebbisin o şartlara uymasını istediği mudarabe seklidir.

**Kaynak:** Döndüren, 1988:105

İslam hukuku çerçevesinde, kar-zarar ortaklıkları taraf sayısına bakılmadan, yapılan yani icra edilen işin meşru olmasına bağlı olarak caiz kabul edilmektedir. Bu noktada mezhepler arasında bazı konularda görüş farklılıkları mevcuttur (Bayındır, 2007:131):

- Söz konusu sermayenin mal ya da nakdi para olması durumu,
- Taraflara ait, hak, yetki ve sorumluluklarda sınır,
- Ortaklıkların kapsamı bu ayrılıklar arasında yer almaktadır.

Mudarabe'de müteşebbis olan taraf, karın belirli bir kısmını, zararın sorumluluğunu yüklenen sermaye sahibine vermeyi taahhüt etmektedir. İş yürüten taraf, zarar olduğunda teşebbüse ait mükafatı alamamaktadır. Ancak kar edildiği zaman payını alabilmektedir. İş yürüten tarafın bir diğer sorumluluğu ise (Sıddıki, 1976:41):

- Sermayenin iyi idare edilmesi,
- Anlaşma şartlarının dışına çıkılmaması,
- Diğer sorumluluklar şeklindedir.

Bunların dışına çıktığında, zararın sorumluluğunu da üstlenmek zorunda kalmaktadır. Mallar paraya çevrildiğinde iki taraf da anlaşmanın sonlanmasını talep edebilmektedir.

Dinin ekonomik yaşam, üretim-tüketim, yatırım ve sermaye kazancı ve kullanımı ile ilişkileri değerlendirildiğinde dini mensubiyetin bu konularda insanı belirli prensiplere göre yaşamasını gerekli kıldığı söylenebilir. Dini prensipler temel alınarak davranma eğilimi dini yönelim olgusunu beraberinde getirmektedir.

## 2.2. Dini Yönelim Olgusu

Dini Yönelim olgusu üzerinde durmadan önce, din olgusuna ait bazı tanımlamalar yapmakta fayda bulunmaktadır. Dindarlığın kökenine bakıldığında, birçok değişikene bağlı olarak Dini Yönelim olgusunun çerçevesinin çizileceği açıktır.

Din olgusu, insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip bulunmaktadır. Birçok kelime ile ifade edilen bu olgu (Ünal ve Yetik, 1990:252):

- Korku, bağlanma, hesap ve yargı anlamlarına gelirken;
- İnananların davranış ve tutumlarına yansıyan bir ahlaki bünyesinde barındırmaktadır.

Din, farklı bir tanımlamada ise bireylerin kutsal olanla ilişkisi olarak ifade edilmektedir. Burada din ve Dini Yönelim olgularından kasıt ise, şahsi bir seçim olduğu ve vicdan meselesi olarak görüldüğü gerçeğidir. Objektif bakış açısıyla din, halkın bağlandığı uygulamalar ve inançlar bütünü şeklindedir (Günay, 2000:214). İnsanlar din olgusu çerçevesinde, yaratıcı olarak inandıkları üstün güce inanmaktadırlar. Ayrıca, yapacakları ibadetleri ve bu ibadetlere göre davranışlarının nasıl şekilleneceğine dair inanışlarını yönlendirdikleri yol, din olgusu ile ifade bulmaktadır (Bilgin, 2014:76).

Din olgusunun tam anlatımı; deruni tecrübelerin kontrolünü gerektirmektedir. Burada deruni tecrübelerden kasıt, iman-ı subjektif din anlayışıdır. Buradaki deruni tecrübenin belirlenmesi ve kontrolünün yanında, ona ait nesnel ve objektif boyutunun açıklanmasını gerekli kılmaktadır. Din, insan davranışlarının çoğunun temelinde itici güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Din olgusu bazı durumlarda, insan tabiatının en derinindeki duygulara çağrı niteliği taşıyabileceği gibi, en düşük boyuttaki dışavurumcu faaliyetlerinin ise bağışlayıcısı olarak gündeme gelmektedir (Walsh, 1995:7).

Dini Yönelim ise karşımıza izafi bir kavram niteliğinde çıkmaktadır. Aynı zamanda, din ve din ile kavramlardan bağımsız olarak düşünülmemektedir. Bireysellik olgusu ile çevrelenen Dini Yönelim olgusu, dinin insan yaşamına ne denli etkide bulunduğu ve yerleştiğine dair derecelendirmeyi de kapsamaktadır (Kurt, 2009: 2).

### **2.2.1. Dini yönelimin kavramsal çerçevesi**

Her bir din tanımı farklı disiplinler açısından değerlendirildiğinde, sosyologlar ile psikologların farklı din tanımlarının ortaya çıktığı görülmektedir (Yaparel, 1987). Dine farklı bakış açılarından bakıldığında (Bilgin, 2014:76):

- İnsan yaşamını çevreleyen,
- Belirli koşullarda, belirli kural, emir ve yasaklar getiren,
- Bireylere çeşitli dindarlık perspektifleri sunan,
- Sınırları bazen çok esnek, bazen çok sert olmakla birlikte,
- Bazen dinamik ve bazen de statik hayat döngüsü sunan öğretiler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özsel tanımlar çerçevesinde din olgusu üzerinde durulduğunda ise, dine ait aşk, tabiatüstü ve ilahi gerçek öz açısından ele alındığı görülmektedir. Burada manevi bir güçten ve ilahi bir aşktan söz edilmektedir (Kurt, 2009: 75). Dindar olma olgusu din sosyolojisi araştırmasında birçok farklı anlam teşkil etmektedir (Köktaş,1993:62). Bazı tanımlamalar yapıldığında;

- Dindar kişi, inandığı ilke, kural, emir ve diğer sembolleri içselleştirerek yaşamı içerisinde sindiren ve bunları yaşamının her anına yansıtarak uygulamaya koşan kişidir (Ayverdi, 2008:726).
- Din olgusu zamanla insan yaşamında fonksiyonel bir boyut kazanmakta, bireyler mensup oldukları dine ait ritüelleri daha sık gerçekleştirmekte ve hatta çoğu zaman bu davranışları bilinçli bir biçimde uygulamamaktadır. Bu durum, zamanla tekrar edilen hareketlerin yaşama empoze edilmesi şeklinde vuku bulmaktadır.



- Mensup oldukları ve inandıkları dinin gereklerini yerine getiren insanların, bazı hareketlerden emirler nedeniyle uzak durmaları, bazı olguları ve ibadet biçimlerini benimsemeleri şeklinde de tanım bulmaktadır (Subaşı, 2014).

Din olgusu, uzmanlar tarafından tanımlanırken her bir uzman farklı bir yanına dikkat çekmektedir. Her bir uzman, bir öğeyi daha fazla öne çıkarmakta ve bu olgudan itici güç oluşturmaktadır. Farklı yaklaşımlar temel alındığında;

- Din, dünyadaki hakiki ve gerçek anlamın devamı niteliğindeki bir inanış şeklinde olmakta ve bu da dinin mahiyetini içermektedir (Hoffding, 1906).
- Dinin varlığına bakıldığında ise kayıtsız şartsız bağlı olma durumuyla yakından alakalı olmaktadır.

Dini Yönelim olgusu, kimi düşünürlere göre kişinin mensup olduğu dinle ilgili inanç ve faaliyetlerle meşgul olma düzeyi eş değer tutulmaktadır. Kimi yazarlara göre ise, kuramsallaşmış ve kuramsallaşmamış biçimdeki bireylerin, doğüstü ve yüksek kabul ettikleri değerlere ilişkin olarak inanç ve davranış şekilleri olarak tasnif edilmektedir (Yıldız, 2006:83). Farklı bir görüşe göre ise (Günay, 2006:22-23); “Kutsal olanın yahut onun özel bir formu olmak itibarıyla belli bir dinin muayyen zaman ve şartlarda belli kişi, grup ya da toplum tarafından yaşanması” şeklinde ifade edilmektedir.

Dindarlığın tanımlanması temelinde dinsel hayatla ilgili hangi unsurların Dini Yönelim içerisinde ele alınacağı meselesi uzun süre tartışılmış bulunmaktadır. 1960’lı yıllara kadar ise, din alanında yapılan çalışmalarda (Yaparel, 1987).

- Tanrıya inanç,
- Kiliseye devamlılık,
- İbadetlere katılım,
- Bir mezhebe, tarikata ya da dinsel bir gruba aidiyet gibi göstergeler Dini Yönelim ölçütleri olarak kabul edilmektedir.

Dinin sosyal davranışlar üzerinde nasıl bir etkisi olduğu sorusuna cevap arayan araştırma geleneği çerçevesinde yapılan çalışmalar XX. yüzyılın başlarından itibaren yavaş yavaş kendisini göstermeye başlamış, özellikle II. Dünya Savaşından sonra hızlanmıştır. Bu bağlamda ilk yapılan araştırmalar dindarlıkla azınlık gruplarına karşı ön yargılı olma arasındaki ilişki üzerinde odaklanmıştır (Gorsuch, 1998:226-248).

### **2.2.2. Dini yönelimin oluşum süreci**

Dinin ortaya çıkışını tamamıyla sosyal şartlara bağlayan sosyologlar olduğu gibi, farklı bakış açılarına sahip uzman görüşleri de mevcuttur. Sosyal şartlar temelinde ele alındığında, sosyal eşitsizlik ve sosyal eşitsizlik temelinde ayrıma gidilmektedir. Burada (Kurt, 2009: 85):

- Sosyal eşitsizlik, siyasi reform talebinde bulunan hareketleri teşvik etmektedir.
- Sosyal eşitlik ise, dini hareketlerin ortaya çıkışını kolaylaştırıcı rol oynamaktadır.

Bergson, dinleri anlamak için öncelikle bir sınıflama yapmanın şart olduğunu belirtir. Ona göre, dinler iki başlık altında ele alınabilir. Birincisi, insanın çaresizliğine paralel olarak ortaya çıkan ve daha çok koruyucu bir fonksiyon üstlenen statik dinlerdir. Bunlar, daha çok cemiyet–halk dinidir ve bir kapalılığı ifade eder. İkincisi, –genelde “semavi” olarak adlandırılan– vahiy kaynaklı dinamik dinlerdir. Bu dinler, bütün insanlığa açıktır. Hıristiyanlık ve İslamiyet buna örnek olarak verilebilir (Sezer, 1981).

Sosyolojinin doğuş döneminde birçok sosyolog, dine karşı pragmatist tutum benimsemişlerdir. Bunların başında ise, A. Comte ve E. Durkheim gelmektedir. Bu görüşe göre (Pritchard, 1972:49):

- Eğer din bir destek, bir güç ve bir rahatlama, bir güven sağlıyorsa, diğer bir deyişle, yaşam için yararlıysa din ve değeri gerçek olarak kabul edilmektedir.
- Ayrıca din, bireylere sağladığı psikolojik desteğin yanı sıra, aynı zamanda halkın düzenine, birliğine ve sürekliliğine yardımcı olduğu için değer ifade etmektedir. Sağladığı ve içerdığı bu olgular sayesinde anlam teşkil etmektedir.

- Aslında pragmacılık, bunu felsefi bir öğreti olarak gerçekleştirmeden çok önce de dini pragmatik bir şekilde değerlendirenler bulunmaktadır. Örnek verilecek olduğunda;
  - Sosyal antropolojinin öncü isimlerinden olan Montesquieu ve Condorcet gibi aydınlanmanın en akılcıları bile dinin birçok yönden faydalı sosyal işleve sahip olabileceğini; uygarlığın gelişiminde önemli katkı sağlayabileceğini ifade etmektedirler.

Durkheim'in teorisine göre; dinin kaynağı ve objesi toplum, yani kolektif yaşamdır. Dini anlayışlar, toplumların karakterini yansıtır. Kutsal olan ya da tanrı, halkın kişilik kazanmasından başka bir şey değildir. İnsanda tanrısallık fikrinin ortaya çıkması, ancak toplum sayesinde olur. Fonksiyon itibariyle din, toplumda dayanışma meydana getirir ve halkın devamını sağlar. Toplum, varlığını devam ettirdiği müddetçe din de olacaktır (Kızılcılık, 1992).

Din olgusunun oluşumu, insanlık tarihi kadar eski bir oluşum sürecine işaret etmektedir. Ayrıca bazı uzmanlar din yapıcı karakteristiklerden bahsetmekte, bunlardan bazıları ise Tablo 2.4. aracılığıyla mercek altına alınmaktadır.

Tablo 2.4. Dinlerin Temel Oluşum Yapıları

• Tanrı gibi tabiatüstü varlıklara inanmak
• Ayrımcı alamet; kutsal olan ve kutsal olmayan şeyler arasında bir ayrım niteliği taşımaktadır.
• Dini ayin ve merasim işleri, kutsal şeyler üzerinde odaklanmaktadır.
• Ahlaki bir kanunname söz konusu olmaktadır. Ayrıca bu kanunnamenin Tanrılar tarafından teyit edildiğine dair görüşler mevcuttur.
• Karakteristik bazı dini duygular söz konusudur. Bunlar arasında: korku, sır duygusu, tapınma ve günahkârlık duygusu yer almaktadır.
• Tanrılar ile irtibat dua ve dualara ait diğer şekiller halinde ortaya çıkmaktadır.
• Sosyal bir grup konumlandırılmakta ve üsttekilere bağlı tutulmaktadır
• Çok ya da az olması önem taşımayacak biçimde, bireylerin hayatlarına ait tüm organizasyon onların kâinat görüşüne dayanmaktadır.
• Kâinat tasviri içerisinde bireyin yeri tanımlanmaktadır. Burada, maksat ve hedeflerin bazı ayrıntıları ve de bireylerin ona nasıl uyacağı belirlenmektedir.

**Kaynak:** Günay, 2007, s. 167.

Filologlara göre din olgusu, kök ve anlam bakımından üç kaynağa göre tasnif edilmektedir. Farsça "daena" kelimesinden alınmak koşuluyla (İslam, 1963:590):

- Dane,
- Yedinu,

- Dinun-diyānetun şeklinde ifade edildiği ve İslam'dan önce Arapça'da kullanıldığı bilinmektedir.

Dini Yönelim olgusunun etkileri açısından sosyal, yaşama ve hissetme açısından ise bireysel olduğu düşünülmektedir. Bireysellik bağlamında, ortaya çıkardığı sonuçlar açısından nesnel ve de aynı zamanda gözlemlenebilir bir yapıyı ihtiva etmektedir (Onay, 2004:197). Birçok konuda olduğu gibi, bu sürecin de ailede başladığını düşünmek mantıklı olmaktadır. Bireyin zaman içerisinde edindiği çevrenin de etkileri ile inanç sistemi yavaş yavaş beynindeki yerini almaktadır. Bireyin eğitim hayatı, iş çevresi ve bağlı bulunduğu sosyal ortamları da inanç sisteminin yerleşmesinde büyük rol oynamaktadır.

Dini Yönelim olgusu, bazı nesnel araçlar vasıtası ile insanın insandan ya da bir topluluktan ne denli dindar olduğunu tespit etmek çabası şeklinde doğmaktadır. Aynı zamanda bir derecelendirmeden de söz etmek mümkündür. Bu derecelendirme de, din, Dini Yönelim ve Dini Yönelim ölçütlerine ne gibi anlamlar yüklediğine bağlı olarak değişim göstermektedir (Köktaş,1993:62). Dini Yönelim olgusunun oluşum süreci mercek altına alınmak istendiği takdirde, birçok değişken gündeme gelmektedir. Bahsedilen kişi ya da topluluk, bunlara ait özellikler, hangi dine mensup oldukları, bu dinlere ait inanış ve ibadet biçimleri gibi birçok olgu gündeme gelebilmektedir.

Bu noktada, dindar olmak bazı durumlarda dinin yaşanma hali ya da şekli olarak form bulmaktadır. Kişi, dindarlığı gerek özel yaşamında ve gerekse kamusal alan içerisinde uyguladığı dini kural ve inandığı olgularla temsil etmekte ve yaşamaktadır (Bilgin, 2003:195). 1930'lu yılların başlarından itibaren empirik bir biçimde incelenen Dini Yönelim ve dini çevre çeşitliliği, günümüz koşullarında ise birçok alana yayılmış ve farklı araştırma çevrelerinin konusu haline almıştır (Demerarh, 1976:336).

### 2.2.3. Dini yönelimin özellik ve bileşenleri

Arapçada "din"(Sunar, 1963:66): Üstün gelme, hüküm, emir sahibi olma, itaat ettirme, İtaat, kulluk, hizmet, boyun eğme, şeriat, kanun, yol, mezhep, millet, adet, ceza, mükâfat, muhakeme, hesap gibi anlamlara gelmekte ve şu dört temele dayanmaktadır:

- Yüksek otorite sahibinden gelen üstünlük ve galibiyet,
- Otorite sahihine itaat ve kulluk,
- Uyulan adet, kanun ve yol,
- Muhasebe, yargılama, ceza veya mükafatlandırma.

Daha önceki kullanımında karışıklık ve kapalılık varken Kur'an-ı Kerim, din kelimesini dört unsurdan meydana gelen en mükemmel nizamı ifade etmek üzere kurandı. Bu dört unsur, şunlardır:

- Hâkimiyet, en üstün otorite
- Bu yüksek otorite ve hâkimiyete itaatle boyun eğme,
- Bu hâkimiyetin otoritesi altında meydana gelen ameli ve fikri nizam,
- Bu nizama uyma, ihlâsla bağlanma veya karşı gelme suretiyle isyan etmekten dolayı yüksek otoritece verilen mükâfat veya ceza.

Kur'an-ı Kerim, bu kelimeyi şumullü bir terim olarak kullanmakta, bu terimle kişinin yüksek bir otoriteye boyun eğip itaati kabul ettiği, hayatında onun kanun, kaide ve sınırlamalarıyla bağlı bulunduğu, ona itaatte mükâfat umduğu, itaatsizlikte cezadan korktuğu bir hayat nizamı kastetmektedir. Dünya dillerinden hiçbirinde muhtemelen bu mefhumu bu ölçüde anlatabilecek bu derece şumullü bir terim yoktur.

Neyin dini olduğu ve neyin dini olmadığı konusunda çeşitli kıstaslar belirlendiği görülmektedir. Bunlardan bazıları üzerinde durulduğunda (Saler, 2000:171):

- Tanrı vb. kutsallara yönelik merkezi ilgi ve insanların onlarla ilişkisi,

- Dünyevi unsurların kutsal ve profan halinde dikotomik ayrışması ve kutsala yönelik merkezi ilgi,
- D nveyi varlığın sıradanlığından kurtuluşa doğru bir yönelim,
- Dinî pratikler,
- Yanlış olduğunu düşünmeksizin, mistik nosyonlar gibi ne mantıki olarak ne de empirik olarak açıklanabilir ya da yüksek derecede muhtemel inançlar,
- Bu tür inançlara dayanan ahlaki kod,
- Bu kodun ihlali durumunda doğaüstü müeyyideler,
- Herhangi bir mitoloji,
- Bir kutsal metin ya da aynı şekilde yüceltilen s zli gelenekler,
- Ruhbanlık ya da uzman dinî elit,
- Durkheim'ın görüşüne göre, manevi bir topluluk, bir kilisede bütünleşme,
- Etnik ya da benzeri grupla bütünleşme karşımıza çıkmaktadır.

Farklı bakış açıları çeşitli Dini Yönelim seviyeleri ve tanımlarını da beraberinde getirmektedir. Bazı insanların mensup olduklarını dine ait ibadetleri yapmadıkları ancak; Tanrı inancı ya da Tanrı ile aralarındaki ilişki bağlamında kendilerini dindar farz ettikleri bilinmektedir. Bunun yanında, mensup olduğu dine ait ibadetlerden fazlasını yerine getirmesine rağmen kendisini Tanrı'dan uzaklaşmış ve g nahk r hissedenden insanlar da bulunmaktadır (Horozcu, 2010:201).

Her bir din ve inanış, kendi ibadetlerini de beraberinde getirmektedir. Bazı semboller, ibadet biçimleri ve totemler buna örnek gösterilebilmektedir. Bununla birlikte, bireylerin kabul ettiği Dini Yönelim  l tlerinin yanında, toplumsal kabul görmüş Dini Yönelim  l tleri ve dini kitaplar kapsamında da Dini Yönelim ve muhafazakarlık  l tleri mevcuttur. Bu durum, bazen zamana, bazen koşullara ve bazen de mekana göre değişiklik arz etmektedir.

Aynı dine mensup insanların Dini Yönelim anlayışları farklı olduğu gibi farklı dinlere mensup insanların da din anlayışlarında farklılık bulunmaktadır. Örneğin, iki Müslüman arasında inanış ve ibadet farkı olduğu gibi, bir Müslüman ile bir Hıristiyan arasında da çeşitli farklılıklar mevcuttur (Subaşı, 2002:20):

#### 2.2.4. Dindarlığı etkileyen faktörler

Dindarlığı etkileyen birçok faktör mevcuttur. Bunları dönemsel ya da bölgesel ele almak mümkündür. Örnek verilecek olduğunda, 1940'lı yıllarda dindarlığı belirleme konusunda bireylerin kiliseye gitme sıklığının yanında inancını uygulamaya yönelik yoğunluğu da ölçek olarak kabul edilmektedir (Demerarrh, 1976:341). Burada dini pratiklerin ne ölçüde uygulandığı sorgulanmakta ve kanıt olarak görülmektedir.

Bir diğer görüşe göre, Dini Yönelim olgusu değerlerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Dinler, kendilerine mensup olan kişi ya da toplulukları çeşitli değerler etrafında toplama amacı gütmektedir. Değerler ile Dini Yönelim ilişkisi doğru yönde bir ilişki olarak kabul görmektedir. Örneğin, bazı dini figürler hayranlık ve saygı uyandırmak sureti ile daha fazla dikkat çeker ve önemsendir. Yani diğerlerine göre daha fazla değer teşkil etmektedir (Saroglou ve diğ., 2004:721).

Din ve toplum ilişkisine bakıldığında, din topluma etkide bulunmaktayken toplum da dine etkide bulunmaktadır (Wach, 1987:14). Olumlu ya da olumsuz şekillerde iki olgu birbirine etki yaratmakta ve bu etkilerin de bazı sonuçları bulunmaktadır. Dindarlığı etkileyen faktörler mercek altına alındığında (Kurt, 2009: 5):

- Cinselliğe bakış,
- Aile sosyalleşmesi,
- Eğitim,
- Cinsiyet,
- Medeni Durum,
- Yaş,
- Coğrafi Bölge,
- Sosyo-ekonomik Statü,
- Kırsak hayat-kent hayatı ayrımı gibi olgular ortaya çıkmaktadır.

İfade edilen olguların yanı sıra, bireylere ait arkadaş çevresi ve akrabalar gibi etkenlerin de önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Ayrıca, yaşanan yer ve burada yaygın inanış

biçimleri de kişi ve toplumları etkisi altına almakta ve değiştirmektedir. Aileye ait gelir düzeyi de diğer belirleyici aktör konumundadır. Eğer birey kendi geçimini sağlıyor ise kendi gelir düzeyi etkenler arasında kabul edilmektedir.

Cami ve Kuran kursları da bireyleri ve toplumları Dini Yönelim bağlamında etki altına almaktadır. Örneğin, küçük yaşta gidilen Kuran kurslarının bireye ait ileriki dönemlerde etki uyandırdığı ve dindar olma konusunda temel teşkil ettiği düşünülmektedir. Küçük yaşlarda anne ve babanın dini manada teşvik edici konuşmaları ya da yönlendirmelerinin Dini Yönelim seviyesine büyük etkide bulunduğu bilinmektedir. Birçok temelin aile yaşantısı içerisinde ve küçük yaşlarda edinildiği düşünüldüğünde, bu yönlendirmenin etkisi yadsınamayacak büyüklükte olmaktadır.

Cinsiyet olgusunun dindarlığa olan etkileri incelendiğinde ise bazı araştırmaları incelemek mantıklı olmaktadır. Örneğin; Kirman (2005)'e göre kadınlar erkeklerden daha dindar olmaktadır. Onay (2004)'a göre ise, erkekler kadınlardan daha dindar olmaktadır.

Yapılan bir araştırmaya göre, Dini Yönelim ölçeğinde kullanılan bazı belirleyiciler aşağıdaki şekilde tasnif edilmektedir (Mutlu, 1989:195):

Olumlu maddeler bazında:

- Allah gerçekten mevcuttur.
- Kıyamet günü vardır.
- Allah'ın emirlerini Kuran iletir.
- Günlük hayattaki her kararımı Kuran'a göre veririm.
- Ölümden sonra yaşam vardır.
- Mahşer günü geldiğinde herkes Allah'a hesap verecektir.
- Din, gerçek ve güzelliği aramaya yöneliktir.
- Cennet ve cehennem vardır.

Olumsuz maddeler bazında:



- İbadetin fazlası yalnızca psikolojik bir durumdur.
- Cennet ve cehennem diye bir şey yoktur.
- Tabiat ve Allah aynı manayı taşımaktadır.
- Dini konular ile ilgilenmem.
- İnsan, Allah'a inanmasa da günlük hayatta mutlu ve huzurlu olabilmektedir.
- Dini konuları tartışmamak gerekmektedir.

Din ve Dini Yönelim ölçütlerine ait farklılıklar, çeşitli araştırma metodolojilerini gerektirmektedir. Örnek verilecek olduğunda, araştırmacıların (Lewis, 1994:655-670);

Kalitatif metod ile, Dini Yönelim ölçüsünün nasıl olduğunu ve derecenin görünüşünü keşfetmeye çalışırken, Kantitatif metod ile de dindarlığın ne kadar ve ne oranda olduğunu araştırdıkları belirtilmektedir. Araştırma yapılacak alanda, kantitatif verilerin açık olmadığı durumlarda, araştırmada öncelikle kalitatif verilere ihtiyaç olduğu ve bunların toplanmasına olanak sağlayacak bir araştırmaya öncelik verilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Toplanan bilgilerden yola çıkılarak oluşturulan bir kantitatif anket çalışmasının, araştırmanın amacına daha iyi ulaştıracağı belirtilmektedir.

Örneğin, Augusto Comte, yeni teorik ve metodolojik bir şema oluşturmak suretiyle, insanlık tarihini pozitivist ve materyalist bakış açısından evrimci bakış açısına yöneltmiştir. Bunun sonucunda ise, toplum ve din incelemelerini daha derin temalar üzerinde incelemiştir (Aydın, 2001). Böylece, XIX. yüzyıldan itibaren dinin özü, bilimsel perspektif açısı ile: Basitleştirici, Düz hatlı, Evrimci, Entelektüel kurgulara dayalı biçimde irdelenmiştir.

Dini Yönelim Ölçekleri, geçmişten günümüze mercek altına alınmak istendiği takdirde 4 ölçek ortaya çıkmaktadır (Erkol, 2015).

- İçe dönük Dini Yönelim tipi
- Dışa dönük Dini Yönelim tipi
- Ayrımsız Dini Yönelim tipi

- Dindar olmayan tipler

Bahsedilen ölçekler temelinde, Dini Yönelimle bazı değişkenler arasındaki ilişki irdelenmeye çalışılmıştır. Bu değişkenler sınıflandırıldığında (Uysal, 1995);

- Ayrımcılık,
- Cinsiyet Farkı,
- Dogmatizm,
- Feminizm,
- Genel manada Dini Yönelim,
- Sürekli kaygı,
- Ölüm korkusu,
- Depresyon,
- Psikolojik değişim,
- Toplumsal Beklenti,
- Kendini güçsüz görme eğilimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Batıya bakıldığında, Dini Yönelim ölçme tekniklerinin tek tip olduğu, bunun ya da dini yapıya ya da cemaate indirgendiği görülmektedir. Yakın bir zamana değin, Türkiye'de de aynı ölçekler çeşitli ve ufak saptırmalarla kullanılmaktaydı. Ancak zaman içerisinde, farklılıkların ve yaşanan sorunların belirginleşmesiyle farklı arayışlara yönelmenin söz konusu olduğu açıktır. Örneğin, Türkiye'deki yerel farklılıklar ve duyarlılıkların fark edilmesi bu değişimi hızlandırmıştır (Subaşı, 2002:20). Konu ile ilgili literatüre bakıldığında ise, Dini Yönelim ölçümlerine ait üç farklı boyut gündeme gelmektedir. Bunlar (Yıldız, 2001):

- Tek boyutlu ölçme yaklaşımları,
- İki kutuplu ölçme yaklaşımları,
- Çok boyutlu ölçme yaklaşımları şeklindedir.

Her bir yaklaşımın, dini fenomenlerin insan topluluklarında çok çeşitli şekiller ve boyutlarda ortaya çıkan tezahür ve karmaşıklığını farklı metodolojik yaklaşım modelleriyle operasyonelleştirdikleri görülmektedir. Din bilimcileri tarafından

operasyonelleştirilen bu Dini Yönelim tipolojileri, insanların çeşitli renk ve şekillerde ortaya çıkan dini hayatlarındaki farklılıkları gösterebilmek için kullanılmaktadır (Weber, 1998:153).

### **2.2.5. Dini yönelimin işlevleri**

Din olgusu, kişiliğin ve benliğin şekillenmesinde büyük rol oynamaktadır. Ayrıca, sosyalleşmede de din faktörü büyük önem taşımaktadır. Ahlak ve karakter terbiyesi olarak karşımıza çıkan din olgusu, bireysel bir uygulama olarak da ifade bulmaktadır. Dinin işlevleri arasında (Günay, 1993:39-41):

- İnsana güç vermesi,
- Cesaret ve güven aşılması,
- Psikolojik rahatlama sağlanması,
- İç rahatlığı vermesi sayılabilmektedir.

Genel eğitim kapsamında din eğitim ve öğretimine gelinecek olduğunda ise, karşımıza bazı amaçsal unsurlar çıkmaktadır. Bunlar (Bilgin, 1998:68):

- İnsani amaç: İnsan yaşamını yorumlama ve anlamlandırma,
- Kültürel amaç: İslam'ın yeni nesillere kazandırılması,
- Toplumsal amaç: Toplumsal davranışlara yön veren inançları tanımak şeklindedir.

Eğitim toplumu, toplum da eğitimi doğrudan etkilemektedir. Bu noktada din eğitimi de toplum ile ilişki içerisinde olmakta ve birbirlerine etki sağladıkları bilinmektedir.

Toplum kavramı incelenirken eğitim, eğitim kavramı incelenirken de toplum kavramı sürekli başvurulan bir ölçü, hatta bir kontrol mekanizması olarak kabul edilmiştir. Çünkü biliyoruz ki, bir eğitim olayının meydana gelebilmesi için mutlaka bir sosyal atmosfer ve zemine halkın da varlığını sürdürebilmesi için mutlaka bir eğitim faaliyetine ihtiyaç vardır (Akyüz, 1992:12). Dinin işlev ve fonksiyonları sıralanmak istendiği takdirde, Tablo 2.5. mercek altına alınmaktadır.

Tablo 2.5. Dinin İşlev ve Fonksiyonları

• Dini Sosyalleşmeyi Sağlama
• Sosyal Uyum ve Bütünleşmeye Katkı Sağlama
• Toplumsal Barışa Katkı Sağlama
• Sosyal Ahlaka Katkı Sağlama
• Değerlere ve Milli Kültüre Katkı Sağlama

**Kaynak:** Bulut, 1991, s. 29-31'den uyarlanmıştır.

Din ve dindarlığın işlev ve fonksiyonlarına örnekler vermek gerektiğinde, toplumların şekillenmesinde, devinim yaşamasında ve sosyalleşmelerinde büyük etkiye sahip buldukları görülmektedir. Bu olgular, bireyin yeni bir dünya kurma çabalarında en tepede yer almaktadır (Berger, 1992:58).

Bazı uzmanlara göre, dinlerin dünyaya karşı takındıkları tutumları belirleyen zihniyet, buna mensup olanların tüm sosyal hayatına yön veren en önemli unsurların başında gelmektedir. Bununla birlikte, dinin, zihniyet oluşumuna katkıda bulunan tarihi ve coğrafi pek çok iç ve dış etkenlerden sadece birisi olduğuna işaret eden ve ilk sistematik din sosyolojisinin kurucusu olarak bilinen Weber (1996:340) bir dine mahsus zihniyetin, sadece tabiata karşı değil, aynı zamanda, evlilik ve aile, iş ve meslek, iktisat ve devlet gibi birtakım sosyal olgu ve olaylara karşı da belirli bir tavır takınılmasına sebep olduğu görüşündedir.

Dinin en önemli toplumsal fonksiyonlarından birisi de, toplumda sembolik bütünleşmeyi sağlamasıdır. Öyle ki, toplumda cereyan eden fiillerden bir kısmının kutsallık izafe edilerek yapılmaya teşvik edilmesi, bazılarının ise günah kategorisine sokularak yasaklanması, bireylerin her çeşit tavırlarının, ilgili halkın değer yargılarına uygun olmasını sağlar. Ayrıca, halkın tüm bireyleri tarafından ortaklaşa yapılan dinsel ayin ve törenler, grup ruhunu geliştirerek, bireyler arasındaki toplumsal kaynaşmayı temin eder. Böylece din, toplumdaki istikrarı ve devamı temin eder (Dönmezer, 1984:24).

Dindarlığın farklı işlev ve fonksiyonları üstlendiği durumlar da mevcuttur. Bunlar arasında (Vegote, 1966:119):

- Engellemelere ve hayal kırıklıklarına çözüm olma işlevi,
- Ahlakın ve halkın koruyucusu olma işlevi,

- Entelektüel arayışlara cevap niteliğinde dindarlığın işlevi,
- Kaygı ve dinsel güvenlik işlevi tasnif edilebilmektedir.

### **2.2.6. Aile ve dini yönelim ilişkisi**

Aile olgusuna bakıldığında, hem halkın temel yapı birimi hem de çocuğun hayatının merkezi olarak ifade edilebilmektedir. Aile (Ağca, 2008:2-8 ve Seyyar, 1999:9-22):

- Anne, baba ve çocuklardan oluşan,
- İnsanların dayanışma içerisinde yaşadığı,
- Halkın temelini ihtiva eden,
- Biyolojik olduğu kadar, ekonomik ve toplumsal da olan,
- Doğumdan önce başlayan ve ömrün sonuna değin devam eden,
- Çocuğa ait kişilik ve davranışlarının yanı sıra, ruhsal gelişimine etki eden ve onu çeşitli biçimlerde yönlendiren bir kurumdur.

Her türlü edinim ve eğitimin öncelikle ailede alındığı bilinmektedir. Birey dünyaya gelmekte ve önce yakın çevresini tanımaya başlamakta ve ailesinde gördüğü bazı temel olgular neticesinde gelişmeye başlamaktadır.

Bazı uzmanlara göre, çocuğun aileden, özellikle de anneden aldığı güven ya da güvensizlik duygusu Allah'a olan inancını da doğrudan etkilemektedir. Annenin bu alanda ilgisi ve de çocuğuna bunu yansıtma biçimi büyük önem arz etmektedir (Erikson, 1984:1-8).

Örnek verilecek olduğunda, çocuk, bu manada olumlu bir deneyim yaşamadığı takdirde, Allah sevgisini hissetmekte ve bu duyguyu yaşamakta büyük zorluklar çekmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda, çocukların ailelerinden temel olarak: Geleneğe saygı, Dine bağlılık, Dürüstlük gibi özellikleri edindikleri ortaya çıkmaktadır. Bunların yanı sıra, anne ve babanın dini davranış, tutum ve inanışları çocukların inanışlarında ve dini sosyalleşmelerinde bir model olarak karşılına çıkmaktadır (Uysal, 2006:23).

Bunun yanında, dindeki potansiyel güç onun toplumsal alandaki yaşayışı etkilemede kendisini göstermektedir. Dinî düşüncenin pratik görünümünden birisi de bireyin inancını sosyal alanda gerçekleştirmeye sevk etmesi şeklinde gündeme gelmektedir (İnam, 2004). Elbette aile de bu noktada büyük bir itici güç konumundadır.

İlköğretim ‘Aile ve Din’ ünitesinde ikinci olarak aile içi ilişkiler üzerinde durulması planlanmaktadır. Bu bağlamda programda ilk olarak, anne-babaların çocuklarının iyiliklerini istemelerinin ele alınması ve ders sonunda çocukların bunun farkında olmalarının sağlanması beklenmektedir. Ardından kardeşlerle iyi geçinme konusunun işlenmesi ve dersin sonunda öğrencilerin kardeşleriyle iyi geçinmeye istekli olmalarının sağlanması düşünülmektedir. Bundan sonra ise, aile içinde karşılıklı saygı gösterme ve yardımlaşma konusunun ele alınması ve ders sonunda öğrencilerin ailedeki sevgi, saygı ve yardımlaşmanın, aile mutluluğundaki önemini açıklamalarının sağlanması öngörülmektedir (Nazıroğlu, 2005:304-305). Bu duruma, geleneksel aile ve modern aile ayrımında bakmak gerektiğinde (Ünal, 2013):

- Eğitim de din de aile içerisinde verilmekteyken; günümüzde kurumlar aracılığı ile verilmektedir.
- Geleneksel ailedeki aile ziyaretleri ve sohbetler yerini; telefon, internet ve televizyon almıştır.
- Eğitim seviyesi, modern ailede yükselmiş ve kızlar adına avantajlar ortaya çıkmıştır.
- Ailelerin tercihi sonucunda ortaya çıkan evliliklerin yerini, duygulara bırakan ve tercihleri bu yönde gerçekleştiren evlilikler almıştır.
- Ailelerin otoriter yapısında değişimler yaşanmış; kadının etkisi artmıştır.
- Boşanma sayısında da büyük artışlar oluşmuştur.

### **2.2.7. Cinsiyet ve dini yönelim ilişkisi**

Toplumda Dini Yönelim olgusu, kişiden kişiye, bir gruptan yahut bir çevreden bir başkasına ve hatta devirden devire önemli değişikliklere ve çeşitlenmelere sahne olan dinamik ve diyalektik bir olgu olarak görülebilmektedir. Bu noktada, toplumda çeşitli

boyutlarda ve şekillerde gözlemlenebilen farklı Dini Yönelim eğilimlerinin bilimsel bir anlayış içerisinde nasıl ölçüldüğü ve bu ölçme girişimleri sonucu gözlemlenen Dini Yönelim yönelimlerinin nasıl tipolojileştirildiği konusu karşımıza çıkmaktadır (Günay, 2000).

Cinsiyet olgusuna bakıldığında, kadın ve erkek olarak ikili bir sınıflandırmaya karşılık olarak geldiği görülmektedir. Örneğin (Dökmen, 2006: 6):

- Bebekler doğduğunda sahip oldukları cinsel organa bakılarak ya kadın ya da erkek cinsiyet grubuna dâhil edilerek kimliklendirilmektedir.
- Ancak buna karşı duranlar beş ayrı cinsiyetten söz edilebileceğini vurgulamaktadırlar.
- Kadın ve erkeğin yanı sıra:
  - Biyolojik olarak hem kadın hem erkek olanlar,
  - Baskın olarak kadın olan ama erkek özellikleri de taşıyanlar,
  - Baskın olarak erkek olan ama kadın özellikleri de taşıyanlar mevcuttur.

Dini Yönelim ile cinsiyet ilişkisine bağlı olarak birçok çalışma geliştirilmiştir. Özellikle Batı'da 1980'lerde geliştirilen bu araştırmalar, kadın ve erkeklerin Dini Yönelim düzeyleri arasındaki farkı ve altında yatan nedenleri araştırmayı amaçlamışlardır. Ortaya çıkan senaryoya göre:

- İnanç ve ibadet alışkanlıklarını yerine getirme durumlarına göre (Dökmen, 2006: 6).
- Erkeklerin kadınlardan önde olduğu,
- Kadınların yüksek öğrenim görmekte olmaları ya da yüksek öğrenimi bitirmelerinin bu konuda etkili olduğu, (Karaca, 2000:347).
- Üniversiteye giden öğrenciler arasında cinsiyet farklılıklarında önemli değişimlerin görüldüğü (Bayyigit, 2001) ve
- İbadet ve namazlarını yerine getirme konusunda ise, erkeklerin kızlardan sayıca üstün olduğu tespit edilmiştir(Bayyigit, 2001).

“Toplumsallaşma sürecinde kadınlar erkeklere göre toplumsal değerlere daha bağlı kişiler olarak yetişmekte ve bundan dolayı daha muhafazakar eğilimlere sahiptirler.. Tarihsel olarak dinlerin ilk müntesipleri içerisinde kadınların hiç olmaması ya da çok az sayıda olmaları da bunun göstergesi kabul edilebilir. Sözelimi Hz. İsa'nın havarileri arasında hiç kadın yoktu. İslam Peygamberi Hz. Muhammed'in tebliğini ilk benimseyen eşi Hz. Hatice olmasına rağmen ilk Müslümanlar arasında kadın sayısı çok azdı”. (Kurt, 2009: 10).

İslam dini incelendiğinde, tüm genel hatlarıyla inananlar tarafından bir özgürlük dini olarak görülmektedir. Aynı zamanda, bu dine şüpheyle bakanlar için aslında tamamen kadını boyunduruğu altına almaya çalışan tam bir ataerkil din olarak kabul edilmektedir (Beauvoir, 1993).

Diğer açıdan bakıldığında, kişilik ve Dini Yönelim olgularına cinsiyet açısından bakıldığında kadın ve erkeğin farklı kişilik özelliklerine göre sosyalleştikleri görülmektedir. Kadın ve erkek, kendi kişilik özelliklerine göre düşünce, davranış ve tutum geliştirmektedir. Buradan hareketle, Dini Yönelim ile cinsiyet arasında güçlü bir ilişki olduğu bilinmektedir. Ayrıca (İlkay, 2005: 206):

- Kadınların dinden daha fazla destek almalarında: Kadınların günahkarlık, hassasiyet ve endişe duygularını daha yoğun hisseden kişilik özellikleri geliştirdikleri,
- Erkeklerin daha baskın ve bağımsız kişilik özellikleriyle sosyalleşmeleri ise: Erkeklerin denetimsizlik ve bağımsızlığı sevmeleri neticesinde dinin temellerine uygun davranma noktasında daha ihtiyatlı davranmalarını sağlamaktadır. Bu nedenden ötürü de, erkekler kadınlardan daha az dindar bir görüntü sergilemektedirler.

Yapılan araştırmalardan bazıları, kadınların erkeklerden daha kolay etki altında kaldıklarını ve sosyal etkiye daha açık olduklarını kabul etmektedirler (Kağıtçıbaşı, 2005). Kadınların dine erkeklerden daha fazla ilgi duymalarının nedenleri olarak, kadınların (Günay, 1999:98-99):



- Daha duygusal,
- Daha meraklı,
- Daha hassas ve ince ruhlu,
- Geleneklere daha fazla bağlı,
- Daha fazla sığınma isteğine sahip olmalarını göstermektedir.

Tüm bu veriler ışığında, cinsiyet bazlı Dini Yönelim olgusu mercek altına alındığında bazı ayırt edici parametreler ortaya çıkmaktadır. Bu olgular, Tablo 2.6 aracılığıyla incelenmektedir.

Tablo 2.6. Cinsiyet Temelinde Dini Yönelim Olgusu

<b>Dindarlığa Etki Eden Faktörler</b>	
<b>Kadın</b>	<b>Erkek</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kibarlık,</li> <li>• Hassaslık,</li> <li>• Etki Altında Kalma,</li> <li>• Dine Yatkinlik,</li> <li>• Gelenek ve Görenekleri Koruma Eğilimi,</li> <li>• Sığınma İhtiyacı,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bağımsızlık Duygusu,</li> <li>• Denetimsizlik,</li> <li>• Zor Etki Altına Girme Eğilimi,</li> <li>• Dini Manada Geç Sosyalleşme,</li> </ul>

Bazı araştırmalara göre (Köktaş,1993; Günay, 2000; Çelik, 2002; Kayıklık, 2003; Kirman, 2005; DİB, 2014) kadınlar erkeklerden daha dindardır. Erkeklerin kadınlardan daha dindardır olduğunu tespit eden araştırmalar (Bayyigit, 1989; Karaca, 2000; Kula, 2001; Mehmedoğlu, 2006; Onay, 2001 ve Yıldız, 2006) da bulunmaktadır. Öte yandan İki cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığını tespit eden çalışmalar da (Hülür ve Kalender, 2003; Akdoğan, 2002; Arslan, 2004; Kula, 2001; Mehmedoğlu, 2004; Yapıcı ve Zengin, 2003 ve Yapıcı, 2012) vardır.

### 2.2.8. Cinsellik algısı ve dini yönelim ilişkisi

Birçok farklı Dini Yönelim ölçütü mevcuttur. Her bir Dini Yönelim ise kendine göre bazı isteklerde bulunmaktadır. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde dindarların savunduğu bazı argümanlar mevcuttur. Bunlar (Canatan, 2011):

- Eşcinsel evliliğin yasaklanmasının talep edilmesi,
- Geleneksel kabul edilen evlenme şeklinin korunması ve geliştirilmesi çerçevesinde:

- Evlilik öncesi cinsel ilişki,
- Zina,
- Poligaminin önlenmesi,
- Aile içerisindeki genel rol dağılımını korumak ve feminist hareketlere karşı çıkmak,
- Kürtajı yasal bir durum olmaktan çıkarmak suretiyle:
  - Cinsel otokontrolü geliştirmek,
  - Evlat edinme uygulamasını geliştirmek,
- Geleneksel eğitim sistemi yardımı ile anne ve babanın eğitim sistemindeki rolünü etkin hale getirmek,
- Müstehcenlik ve erken yaşta inen cinsellikten koruyacak politikalar geliştirilmesini talep etmek,
- Okullarda cinsel eğitim dersleri yerine:
  - Erken cinselliği engelleyici,
  - Hamileliği engelleyen politikalar izlemek şeklindedir.

Yapılan bir araştırma sonucuna göre, katılımcılardan bazılarının açıklamaları incelendiğinde (Koç, 2011:110): “Kadın evde otursun, iş yapsın, çocuklarına baksın düşüncesine katılmıyorum. Kadın da çalışsın, eline para geçsin, yarın öbür gün eşinden ayrılma durumu olduğunda kendi başının çaresine bakabilsin. Ekonomik özgürlüğüne sahip olup eşinin karşısında “benim de maddi gücüm var” diyebilmeli kadın. Sadece geçim sağlamak için değil, kendimi iyi hissetmek için de çalışmayı isterim ben. Ailem benim geleceğimi garantileyecek maddi destek sağlasa da bunu isterim. Kişiliğime uygun bir meslek tercih ederim. Bir insan sürekli ailesinden destek beklememeli. Ben şu anda bile ailemden para istemekten rahatsız oluyorum. Yarın ailenin eline bakacaksın, kocanın eline bakacaksın, rahatsız edici bir durum. İnsanın hayattaki amacını gerçekleştirmektir çalışmak aynı zamanda. Evde oturarak bunu sağlayamazsın. Benim annem ilkokul mezunu, yengem de üniversite mezunu. Babaannemin bile görüşü farklı. Mesela anneme bir şey diyebilirken yengeme sesini çıkaramıyorum. Karşı komşumuz 14 yaşında gelin aldı. Kadın altı senelik evli. Öyle bir eziliyor ki. Hiçbir şekilde izin alma dışarı çıkma şansı yok. Aynı kadının okumuş gelini de var, ona bir şey söyleyemiyor. Ekonomik özgürlük benim çalışma fikrimde en belirleyici unsur. Bundan kastım birine bağımlı kalmak ya da kalmamakla ilgili. Erkeğin kadına harçlık vermesi falan hoş değildir.”

Üç semavi din içerisinde, cinsellik meşru kabul edilmektedir. Ancak Hıristiyanlıkta buna bile dinde kuşkuyla bakılmaktadır. Bu noktada ruhbanlığın büyük etkileri görülmektedir. Tarihsel açıdan Hıristiyanlık evliliği yalnızca dünyaya çocuk getirmek için meşru kılmaktadır. Günlük yaşamda ise, Katoliklikteki ruhbanlığın dışında cinselliğin katı kurallara dayandırılmadığı görülmektedir (Kurt, 2009: 6).

Yapılan bir araştırma sonucunda (Zuckerman, 2006:171-174):

- Dine bağlı olan kişilerin heteroseksüel ilişki içerisindeki cinselliği onayladığı görülmektedir. ,
- Dine inanmayan Amerika'luların ise cinselliği düşünme oranının Hıristiyanlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Aynı zamanda: Hıristiyanlardan daha fazla seks arkadaşı oranına sahip oldukları, Hıristiyanlardan daha fazla cinsel ilişkiye girme oranına sahip oldukları bulgularına ulaşılmıştır.
- Hıristiyanların dine inanmayan Amerikalılardan daha az müsamahakâr oldukları sonucu ortaya çıkmaktadır.
- Evlilik dışı seksin ya da cinsel ilişkinin kabul görmesinde, cinsel müsamahakârlıkla ilişki içerisinde oldukları: Aynı zamanda inanç, Yetişme tarzı, İnanç yokluğu ile de doğrudan ilişkili olduğu bilinmektedir.

Uludağ Üniversitesi öğrencilerine uygulanan bir anket neticesinde, "Kızların evlenmeden önce bekâretlerini korumaları, gereksiz eski moda bir laftır,"iddiası için öğrencilerin (Bozkurt, 2000:7) % 54.6'lık oranın reddettiği, % 30'luk kısmın onayladığı, Fakülteler arası farklılıkların gözlemlendiği, ekonomik düzey yükseldikçe İlahiyat Fakültesi hariç, bekaretin önemsenmediği görülmektedir.

Dini Yönelim ile cinsel risk alma arasındaki ilişkiye dair birçok araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu noktada risk faktörü, birden fazla kişi ile cinsel ilişki, korunmasız cinsel ilişki ve cinselliğe erken yaşlarda başlama gibi olgular üzerinde şekillenmektedir. Araştırmaya konu olan kişilerin genellikle (Bozkurt, 2000:75):

- Genç yetişkinler,
- Üniversite öğrencileri,
- Ergenlerden oluştuğu görülmektedir.

Araştırmaların sonucunda bazı durumlarda, Dini Yönelim ve cinsel risk arasında güçlü bir ilişkiye rastlanırken, bazı sonuçlarda herhangi bir ilişkiye rastlanmamış, bazı sonuçlar ise çelişkili olarak adlandırılmıştır.

Dindarlığı iki boyutlu olarak mercek altına almak gerektiğinde; dinsel ibadet ve törenlere katılma gibi halka açık olarak yapılan uygulamalar olduğu gibi, bunun yanında bazı öznel tutumları da bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin, dine verilen önem, kişisel olarak sergilenen tutum ve davranışlar bunlardan bir kaçısı şeklindedir (Cahatters, 2000:339). Ergen dindarlığının araştırıldığı çalışmalarda ise, Dini Yönelim ile cinselliğin birbirlerine tek taraflı etkide bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Burada dindarlığın cinsellik üzerinde etki sağladığı, cinselliğin ise dindarlığı etkilemediği sonucuna varılmıştır (Hardy ve Raffaelli, 2003:737).

### **2.2.9. Medeni durum ve dini yönelim ilişkisi**

Dini Yönelim düzeyleri ile kişilerin medeni halleri arasında önemli bir bağlantı olduğu kabul edilmektedir. Kişinin evli, bekar ya da ayrılmış olması, Dini Yönelim düzeyi hakkında bazı ipuçları oluşturmaktadır.

Türkiye'de gerçekleştirilen bazı araştırmalara göre, evli çiftlerin dini ritüelleri daha fazla yerine getirdikleri görülmektedir. Bazı uzmanlar tarafından gerçekleştirilen araştırmalara göre (Günay, 1999: 103-104):

- Evli yetişkinlerin bekar yetişkinlere oranla daha fazla dindar oldukları tespit edilmiştir.
- Erzurum ve çevre köylerinde namazlarını düzenli biçimde kılanların oranlarına bakılacak olundığında(Günay, 1999:104):
  - Evli çiftlerde % 40,

- Bekarlarda ise % 21.3,
- Boşanmışlarda ise %34.4 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dini Yönelim ve medeni durum ilişkisi kapsamında yapılan bazı araştırmalara göre “popüler dini yönelim araştırması” açısından evlilerin daha dindar olduğu (Arslan, 2004:212-2014), evli çiftlerin dini yöneliminin bekârlara ve boşanmışlara göre daha yüksek olduğu, (Koç, 2008:204): “Kadın dindarlığına ilişkin araştırmada”, kadının dini davranışları ve yoğunluğu bakımından daha dindar oldukları (Uysal, 2006), tespit edilmiştir.

Batı'da medeni durumla ilgili birçok araştırma yapılmaktadır. Ancak bu araştırmalara ait sonuçlar baz alındığında, evlilerin bekarlara oranla küçük farklarla öne geçtikleri görülmektedir. Örneğin, bekârların kiliseye gitme oranları % 30, evlilerin kiliseye gitme oranları % 16 düzeyinde tespit edilmiştir (Argyle ve Hallahmi, 1997:51-52).

Yaşın ilerlemesi de dindarlığın ilerlemesi anlamına gelmektedir. Derlenen bazı neticeler baz alındığı takdirde: Eşini kaybetmiş olan kişilerin, evli ve bekarlara oranla: Dini aktivite ve ölüm sonrası hayata inanmaya daha yatkın oldukları ve daha fazla dini davranış sergiledikleri görülmektedir. Yaş ortalamalarındaki yükseklik önemli bir değişken sayılabilmektedir. Aynı zamanda, eşlerini kaybetmiş olanların, bekar ve evlilere göre maneviyata ve ölüm sonrasındaki yaşama inanmalarının sebebi olarak sevdikleriyle diğer hayatta kavuşacakları inancı olmaktadır.

Ayrıca, bazı kiliselerin boşanmayı hoş karşılamaması ve kınaması da, birçok sonucun ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Örneğin, boşanmış veya ayrı yaşayanlar muhtemelen evlilerden daha yaşlı olabilmektedir. Bununla birlikte, dullardan da daha genç olmamaktadırlar. Buna rağmen birçok dini aktivitede evliler ile benzer özellikler sergilemektedirler (Argyle ve Hallahmi, 1997:51-52).

Acar ve arkadaşlarının (1996) yaptığı çalışmaya 860 birey araştırmaya katılmıştır. Bunlardan % 30'u evli, % 4'ü dul, % 2'si boşanmış, % 64'ü bekarıdır. Büyük çoğunluk ise evli ve bekar gruplardan oluşmaktadır. Evli bireylere bakıldığında: Çok dindar olanlar %

6, Dindar olanlar % 49, Dinle ilgisi olmayanlar % 9'dur. Bekar bireylere bakıldığında ise çok dindar olanlar % 3, dindar olanlar % 30, dinle ilgisi olmayanlar % 15'tir. Boşanmış bireylerin dörtte biri ise dinle ilgisi olmayanlar kategorisine girmektedirler (Acar ve diğ., 1996:48-49).

Tüm bu araştırmaların ışığında, evli bireylerin aile içi yaşam ve etkileşimlerinden dolayı dindar olarak kabul edilebildikleri, bekârlarda bu oranın biraz daha düştüğü gözlemlenmektedir. Boşanmış bireylerde ise dinle ilgisi olmayan bireylerin sayısının yüksek olduğu ortadadır. Yine çok dindar olarak tanımlanan kısmın evlilerde % 6 iken bekârlarda ise % 3 seviyesinde olduğu tespit edilmiş bulunmaktadır.

### 2.2.10. Yaş ve dini yönelim ilişkisi

İnsanın din ile olan ilişkisi irdelendiğinde, ölüme yaklaştığını düşündüğü zamanlarda Dini Yönelim düzeyinin artacağına dair kanılar yüksek olmaktadır. Gençlik dönemlerinde çok fazla ilgi görmeyen bu olgu, yaş ilerledikçe daha fazla önemsenmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre: 18 ila 30 yaş arasında din ile alakalı eğilimlerin düşük olduğu, 30'lu yaşlardan sonra ise sürekli olarak bir artış gözlemlendiği tespit edilmiştir. 30 ila 60 yaş arasındaki değişimleri ifade etmek adına üç modele dayandırmaktadır (Argyle ve Hallahmi, 1997:326-328).



Şekil 2.2. 30-60 Yaş Arası Dini Yönelim Modelleri

**Kaynak:** Argyle ve Hallahmi, 1997 s. 326-328'den uyarlanmıştır.

Acar ve arkadaşlarının (1996) araştırmasında, Dini Yönelim ve yaş ilişkisinde, 16 yaş ve üzerindeki bireyler beş grupta toplanmıştır. Buna göre 16 ila 65 yaş grupları arasında kendilerini "çok dindar" diye tanımlayanların % 4'lük bir kesim olduğu, 16 yaş üzerinde ise yaş ilerledikçe kendilerini "dindar"olarak tanımlayanların artış gösterdiği, "Dinle az ilgili" olanların yüzdeler oranı 16-18 yaş grubunda % 58 iken; 51-65 yaş grubunda ise % 26 olduğu tespit edilmiştir. Din ile hiç ilgisi olmadığını ifade edenlerin oranı ise 16-18 yaş grubunda % 6, 19-35 yaş grubunda % 15, 36-50 yaş grubunda % 14 şeklindedir. Özellikle ahiret inancının yaş ilerledikçe daha baskın hale geldiği ve dindarlığı etkisi altına aldığı düşünülmektedir.

Batıda yaşlılık ve dinle ilgili yapılan sosyolojik çalışmalar ışığında 4 kategori öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki kilise ve benzeri dinsel kurumlara ilgiye dönük incelemeleri içeren “*kurumsal katılım*”dır. Batıdaki çalışmalarda kiliseye devamlılık dindarlığın alt boyutu olarak ele alınmıştır. Ancak kiliseye devam konusu ele alınırken, yaşlılığın fiziksel sorunları ve yaşlılığa özel Dini Yönelim tarzlarının dikkate alınmaması ilginçtir. Fiziksel sorunlar ileri yaşlarda, toplu ibadetlere katılım gibi dinsel tarzlardan farklı özel dinsel davranışlar geliştirilmesine neden olabilmektedir. Fiziksel sorunlarla birlikte yaşlı dindarlığı içe dönük bir nitelik kazanmaktadır. İkinci kategoriye “*dinin yaşlılığa dönük anlamı ve değerleri*” oluşturmaktadır. Buradan birçok yaşlının, hayatın anlamını konu alan dinsel sorunlarla ilgilendiği anlaşılmaktadır. Üçüncü kategorideki çalışmalar “*din ve kişisel uyum*” konusunu ele almaktadır. Heenan gibi uzmanlar ise, Dini Yönelim ölçümlerinde bu boyutun çok dikkate alınmadığına işaret etmektedir. Son kategori "*din ve ölüm konulu çalışmalar*"ı içermektedir. Ölüm yaşlı insanları daha yakından ilgilendirdiği için bu konunun, yaşlı dindarlığı içerisinde farklı yönleri ile ele alınmasının gerekliliği açıktır (Heenan, 1972:171-176).

1962 yılında Taplamacıoğlu tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre, yaş ve din ilişkisi amprik bir çalışmada mercek altına alınmaktadır. Yazarın çalışmasında namaz kılan, oruç tutan ve diğer dini görevlerini yerine getirmeye çalışan dini bütün bireylerin oranı, 16-30 yaş grubunda % 31.8, 30-50 yaş grubunda % 48.5, 50 üzeri yaş grubunda % 68.5 olmaktadır (Taplamacıoğlu, 1962:149-150).

Veriler ışığında, yaşın ilerlemesiyle dini vecibelere olan ilginin ve uygulanma durumunun daha fazla ciddiye alındığı görülmektedir. 16-30 yaş aralığı ile 50 yaş üzerindeki gruba bakıldığında, iki katından fazla bir orana rastlanmaktadır. Aynı şekilde 16-30 yaş aralığı ile 30-50 yaş aralığı ilişkisine bakıldığında da, neredeyse % 50'lik bir artış ortaya çıkmaktadır.

Farklı çalışmalar incelendiğinde ise Allah'a olan inancın 30 yaşından sonra artış gösterdiği kabul edilmektedir. Bununla birlikte, 61 yaş üzerindeki grupta ise az da olsa düşme eğilimi gösterdiği ortaya çıkmaktadır (Köktaş, 1993:81). Diğer bir çalışmaya ait veriler temelinde ise 20 yaşından 41 üzeri yaş gruplarına değin yapılan araştırmalar neticesinde, artan yaş aralığı ile orantılı bir biçimde, insanların dine, dine ait tutum ve davranışlara daha sıcak baktıkları görülmektedir (Uysal, 1995:263).

Argyle ve Hallahmi'nin 1997 yılında yaptığı araştırmaya göre yaş aralıkları bazında dindarlıkla ilgili ulaşılan bulgular Tablo 2.8.'de gösterilmektedir:

Tablo 2.7. Yaş Aralıkları Bazında Dini Yönelim

• İlk ve son çocukluk dönemi olan 3-12 yaş aralığı: Dini düşünce filizlenmekte ve gelişmektedir
• Ergenlik dönemi olan 12-18 yaş aralığı :Din ve inancın sorgulandığı, inanç değişimlerinin yaşandığı dalgalı bir dönemi temsil etmektedir.
• 30-60 yaş aralığı :Geleneksel,Kararlılık ve İlgisizlik olarak 3 kuram ile ifade edilmektedir.

**Kaynak:** Argyle ve Hallahmi, 1997'den uyarlanmıştır.

Çeşitli dönemlere ayrılan Dini Yönelim olgusunun, aile yaşantısı ile başladığı, ergenlik döneminde dalgalanmalarla çeşitli değişimlere uğradığı görülmektedir. Bunun yanında, 30 ila 60 yaş aralığında yaşanan gelişmelerin ise 3 farklı kurama göre değerlendirildiği görülmektedir.

Tablo 2.8. 30-60 Yaş Aralığında Dini Yönelim Kuramları

<b>Geleneksel Kuram</b>	18-30 yaş aralığındaki düşüşten sonra orta yaşta dini aktivitelerin artış gösterdiğini savunan kuramdır
<b>Kararlılık Kuramı</b>	Hiçbir yaş aralığında dini aktivitelerin değişim göstermediğini savunan kuramdır
<b>İlgisizlik Kuramı</b>	Yaş arttıkça dini aktivitelerin azaldığını savunan kuramdır.

**Kaynak:** Argyle ve Hallahmi, 1997'den uyarlanmıştır.



Tablo 2.9. aracılığıyla 30-60 yaş arasındaki Dini Yönelim düzeyi çeşitli kuramlarla ifade edilmektedir. Üç kuram arasındaki farklılık, gerek yaş aralığı ve gerekse dini uygulamalardaki azlık ve çokluk oranları bazında irdelenmektedir. Bazı durumlarda, yaşın ilerlemesi dini uygulamalarda artış ile doğru orantılı olarak kabul edilirken; bazı uygulamalarda ve İlgisizlik Kuramında ise yaşın ilerlemesi ile dini uygulamalar ve ilginin azalması doğru orantılı olarak kabul edilmektedir.

60 yaş ve sonrası yaşlılık döneminde ise genelde kiliseye devamda azalma gözlenirken, buna karşın dua etme sıklığı başta olmak üzere dinî inanç ve tutumlarda belirgin bir artış söz konusu olmaktadır. Bu sonuçlar daha çok fiziksel direncin azalmasıyla açıklanmıştır. Zira yaşlılıkta fiziksel güç gerektiren ibadetler gerilerken, dua, televizyonda dinî programlar takip etme gibi etkinlikler ağırlık kazanmaktadır (Argyle ve Hallahmi, 1997).

#### **2.2.11. Coğrafi alan ve dini yönelim ilişkisi**

Bireyler iletişim faktörü olmadan yaşamlarını devam ettirememektedir. Bu da birbirleriyle etkileşim içerisine girmelerini ve birbirlerinden etkilenmelerini sağlamaktadır. Her alanda olduğu gibi, Dini Yönelim olgusunda da bireyler, ailelerinden, sosyal çevrelerinden ve buldukları coğrafi alan yani yaşadıkları bölgeden etkilenmektedirler. Bu noktada, dindarlığın yüksek olduğu bir yerde daha fazla dini aktivite ve kişiler arasında bu aktivitelerin paylaşımı da sıklaşmaktadır. Bunun aksine, dini aktivitelerin, davranış ve tutumların yerini farklı alışkanlık ve davranış biçimlerinin aldığı yerlerde ise, buna bağlı olarak bazı değişimler yaşanmaktadır. Dünya üzerinde başlıca büyük dinlerin dünya nüfusundaki oranları şu şekildedir (Tech Worm, 2019).

- 2.3 Milyar Hristiyan (%31,2)
- 1.8 Milyar Müslüman (%24.1)
- 1.2 Milyar Herhangi Bir Dine Bağlı Olmayan (Ateist/Dinsiz) (%16)
- Milyar Hindu (%15.1)
- 0.5 Milyar Budist (%6.9)
- 0.4 Milyar Yerel Dinler (Halk Dinleri) (%5.7)
- 0.1 Milyar Diğer Dinler (%0.8)

– 0.01 Milyar Yahudiler (%0.2)

“Din-iklim ve coğrafi bölge, fiziki çevre arasında ilişki kurma, yeni bir girişim olmayıp başlangıcı antik filozoflara kadar uzanan bir araştırma geleneğidir. Klasik sosyoloji literatüründe bu geleneğe coğrafyacı ekol adı verilmektedir. Müslüman medeniyet tarihçisi İbn Haldun (732-1332 H/808-1406 M), özellikle iklim koşulları ve yenilen gıdalar ile insanların sosyal ve psikolojik karakterleri arasında ilişki kurar ve üretim ve tüketim biçimleri toplumların sadece kategorik olarak, bedevi-hadari tarzında, sosyal yapılarını değil aynı zamanda onların dini düşüncelerini de doğrudan etkilediğini belirtir. Ona göre iklimin mutedil oluşu çeşitli açılardan bireysel ve toplumsal (umran) gelişmeye tesir ettiğinden özellikle şehir ve kasabalar orta ve mutedil iklim bölgelerinde neşvü nema bulur. Bu iklim bölgesi, ilimleri, sanatları, din ve dini hükümleri, devlet ve siyaset anlayışıyla diğerlerinden ayırt edilir” (Haldun, 1991:336).

#### **2.2.12. Kent yaşantısı ve kırsal yaşantı ile dini yönelim ilişkisi**

Dindarlığı belirleyen etmenler ve ilişkili olgular arasında, bireylerin kırsal ya da kentsel yaşantı sürmeleri de belirleyici rol oynamaktadır. Bazı araştırma sonuçları kırsal kesimin dini aktivitelere daha yakın olduğunu düşünürken, bazı araştırmalar ise tam aksini iddia etmektedir.

Kır ve köy hayatının kendine göre önemli avantajları olmakla birlikte entellektüel aktiviteler için uygun bir yaşantı tarzı olmadığı açıktır. İslam'ın temel kaynağı Kur'an ve hadis, nezaketten yoksun kaba bedevi davranış biçimini ve akli tefekkürü geliştirmeye müsait olmayan kırsal hantal yapısını eleştirmektedir Kur'an'da bedevilerin dini düşünceyi kolaylıkla kabullenemeyecekleri vurgulanır (Kurt, 2009: 16).

Günay (1979)'ın yapmış olduğu araştırmaya göre kırsal kesimde, namaz ve oruç gibi ibadetlerini yerine getirenlerin oranı kentsel kesimdekilerden daha fazladır. Kırsal kesimden kente yerleşenlerin ise, kentte yaşama süreleri uzadığında onların ibadetlerini yerine getirme oranlarında da ciddi bir düşüş tespit edilmiştir. Tarikat ve cemaat gibi olgular ile nafile ibadetler arasında sıkı bir ilişki tespit edilmiştir. Tarikat ve cemaatler,

gruplarını sıkı kontrol etmeleri neticesinde nafile ibadetlere de önem atfetmektedirler. Bu noktada bazı sonuçlara varmak mümkün görünmektedir. Örneğin; kırsal kesimde bireylerin daha sıkı ilişkilerde bulunmaları ve birbirlerini etki altında bırakmaları ön plana çıkmaktadır.

Bir diğer önemli unsur da, yaşam şeklinin dini yapıya yansımaları biçiminde gündeme gelmektedir. Kentsel yaşamın yoğunluğu baz alındığında, dini faaliyetlere ayrılan sürenin de azaldığı görülmektedir. Kırsal kesimde ise, uğraşılan işler kadar dini vecibelere ayrılan zamanın artması söz konusu olmaktadır.

### **2.2.13. Eğitim düzeyi ve dini yönelim ilişkisi**

Eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte, dini tutum ve davranışlarda azalmanın yaşandığı ifade edilmektedir. Bunun yanında, eğitim değişkeninin dini bireyselleşmede ve bilgi boyutunda da değer teşkil ettiği bilinmektedir (Çelik, 2003:171).

Ergenlerin sağlıklı bir biçimde benlik gelişimi sağlanmasında birçok faktör olduğu bilinmektedir. Din olgusu ise, bu faktörler arasında önem arz etmektedir. Dinin diğer faktörleri de etkilediği bilinmektedir. Kişileri sosyal ve bireysel açıdan etkilediği gibi, kişilik ve gelişimi de etkisi altına aldığı bilinmektedir (Yıldız ve Çapar, 2010:107-108). Eğitim düzeyi ile Dini Yönelim olgusu arasındaki ilişki oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu nedenle konu hakkında çok fazla genelleme yapılmaması önerilmektedir. Öncelikle bu konuda alınan eğitimin niteliği ve içeriği önem taşımaktadır. İlk olarak bahsedilen hususlar üzerinde durulması gereklidir. Din eğitiminin yüksek bir düzeyde gerçekleştirilmesinin olumlu bir etki yarattığı bilinmektedir. Bunun yanında, seküler manada gerçekleştirilen eğitimin ise bazı olumsuz neticelerinin gündeme geldiği kabul edilmektedir(Yapıcı, 2003:342):

Günay'ın (1979) yaptığı çalışmada elde ettiği verilere göre:

- Okuryazar olmayanlar içerisinde namaz kılmayanların bulunmadığı,
- İlkokul mezunlarının % 4'ünün namaz kılmadığı,

- Orta okul ve lise mezunlarının % 14.3'ünün namaz kılmadığı,
- Yüksek öğrenim düzeyinde öğrenim görenlerin % 34.7'sinin namaz kılmadığı şeklindedir.

Yine aynı çalışma baz alındığında namaz kılanların oranı ise:

- Okuryazar olanlarda % 47,
- İlkokul mezunlarında % 44.4,
- Ortaokul ve lise mezunlarında % 18,
- Yüksek öğrenim düzeyinde öğrenim görenlerde % 15 şeklindedir.

Eğitim düzeyi ile dini yönelim ilişkisi konusunda birçok araştırma mevcuttur. Bunlardan biri de, Köktaş'ın 1993 yılında İzmir'de gerçekleştirdiği çalışmasıdır. Araştırmaya göre Eğitim seviyesi yükseldiğinde, inanma konusunda ise azalma yaşandığı görülmektedir. Eğitim seviyesi yükseldiğinde, inanmama durumunda ise artış görülmektedir. Allah'a inanç, Üniversite öğrencilerinde % 84.9, Üniversite mezunları arasında % 86.5 durumunda seyretmektedir (Köktaş,1993:78).

Eğitim olgusunun din eğitimi üzerinden yapılması noktasında ise farklı sonuçlar gündeme gelmektedir. Örneğin, yüksek düzeyde din eğitimi almış bireyler, Allah'a inanç, ibadetlerini yerine getirme ve dini bütünlük konusunda daha ileri safhalarda olabilmektedir. Bunun yanında, fazla din eğitimi ise bazı bireylerde olumsuz etki yaratmakta ve dinden, Allah inancından ve Dinden soğuma gibi durumlarla da karşılaşmak söz konusu olabilmektedir. Burada, alınan eğitimin niteliği, eğitimi verene ait yeterlilik ve deneyim, dış etmenler ön plana çıkmaktadır.

#### **2.2.14. Sosyal ve ekonomik statü ve dini yönelim ilişkisi**

Sosyal ve ekonomik statü, bireylerin toplum içerisindeki yerlerini belirlemekle kalmayıp, yaşam tarzlarına da şekil ve yön veren bir değişken durumundadır. Bireyler, aileler ve diğerleri, toplum içerisinde, iş yaşantılarında ve özel yaşamlarında sahip oldukları sosyal ve ekonomik statüler ile yer edinmekte ve yaşamlarını sürdürmektedirler.

Weber'e göre, kişinin yerini modern emperyalist sistem içerisinde belirleyen yalnızca emek piyasasındaki sınıf konumu olmamaktadır. Bunun yanında: etnik kimlik, parti üyeliği, siyasi iktidar gibi değişkenler ile biçimlendirilen statü durumu ön plana çıkmaktadır (Giddens, 1973). Günümüze bakıldığında ise, toplumsal sınıf ya da toplumsal tabakaları belirlemede eğitimin artan rolü gündeme gelmektedir. Eğitimsel kazanım süreçlerinin sınıf etkilerine tesir ettiği kabul edilmektedir (Savage, 2000).

Geleneksel sınıf teorilerinin kültür ve ekonomi arasında varsaydığı ikiliğin; sınıf normlarının ve değerlerinin, ekonomik sınıfların etkisi noktasına indirgenmesine sebep olduğuna, buna bağlı olarak da, kültürün bağımlı, ekonominin ise bağımsız değişken olduğu bir çerçeve çizildiğine işaret edilmektedir. Yeni sınıf paradigması tarafından, normları ve edimleri materyal temele indirgeyerek sosyal kimliğe araçsal yaklaşımları için eksik ve hatalı görülmektedirler (Gaynor ve Savage, 2001: 877). Sosyo-ekonomik statü belirli bir sürecin ürünü olarak ortaya çıkmaktadır.

- Bireye ait maddi varlıklar,
- Bireyin yaşam biçimi,
- Bireye ait sosyal ilişkiler,
- Diğer etkenler şeklindedir.

Sosyo-ekonomik statü, her bir ülke içerisinde kendi kıstaslarını ortaya çıkardığı gibi, aynı ülkenin farklı bölgelerinde de değişik yansımalarla gündeme gelmektedir. Yaşanılan yerin ve çevresel faktörlerin birbirlerine olan etkileri de baz alındığında birçok etken gündeme gelmektedir. Bazı tanımlamalara göre, sosyo-ekonomik statü belirleyicileri sıralanmak istendiği takdirde ise:



Şekil 2.3. Sosyo-Ekonomik Statü Grupları

**Kaynak:** Ali Eyüboğlu, 2011'den uyarlanmıştır.

Şekil 2.3.'te de ifade edildiği gibi, eğitim durumundan, gelire ve gelirin geldiği yerden sahip olunan mal ve mülke değin birçok olgu, bireye ait sosyo-ekonomik statüyü etkilemektedir.

Köktaş'ın 1993 yılında yaptığı araştırmaya göre, orta düzeydeki ve ortanın altındaki gelir gruplarına sahip olan insanların, İslam olgusu hakkında verdikleri olumlu yanıtların diğer gruptakilere göre hayli yüksek olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır (Onay, 2004:119). Yürütülen diğer bir araştırmaya göre, meslek grupları bünyesinde en dindar grubun polis memurları olduğu sonucunu karşımıza çıkarmıştır. Bu durumda iki konu gündeme gelmektedir. Biri aldıkları vasat eğitim, diğeri ise çalışma alanları şeklindedir. Bunun yanı sıra, inançlarını içselleştirmeleri konusunda, özel hareket timi içerisinde görev almaları ve her gün ölüm ile karşı karşıya olmaları da sayılabilmektedir. Buradan hareketle, ölüm ile daha sık karşılaşmak Dini Yönelim düzeyinin yükselmesi adına olumlu bir etken olarak kabul edilmektedir (Karaca, 2000:348).

Dini yönelim konusundaki araştırmalar bu olguların pekçok faktörle ilişkili olduğunu göstermiştir. Tablo 2.9.'da dini yönelim olgusunu etkileyen faktörlere ilişkin özet açıklamalar sunulmuştur.

Tablo 2.9. Dini Yönelimi Etkileyen Faktörlere İlişkin Araştırmalar

Yazarlar	İlişkili Faktör	Açıklama
Erikson, (1984:1-8.)	Aile	Dinî düşüncenin pratik görünümünden birisi de bireyin inancını sosyal alanda gerçekleştirmeye sevk etmesi şeklinde gündeme gelmektedir. Elbette aile de bu noktada büyük bir itici güç konumundadır.
Kımtar (2008:192) Karaca (2000:347) Bayyigit, (2001:10-22)	Cinsiyet	İnanç ve ibadet alışkanlıklarını yerine getirme durumlarına göre, Erkeklerin kadınlardan önde olduğu, kadınların yüksek öğrenim görmekte olmaları ya da yüksek öğrenimi bitirmelerinin bu konuda etkili olduğu, Üniversiteye giden öğrenciler arasında cinsiyet farklılıklarında önemli değişimler görülmüştür. İbadet ve namazlarını yerine getirme konusunda ise, erkeklerin kızlardan sayıca üstün olduğu tespit edilmiştir.
Chatters (2000:339) Hardy ve Raffaelli (2003:737)	Cinsellik Algısı	Ergen dindarlığının araştırıldığı çalışmalarda ise, Dini Yönelim ile cinselliğin birbirlerine tek taraflı etkide bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Dindarlığın cinsellik üzerinde etki sağladığı, cinselliğin ise dindarlığı etkilemediği sonucuna varılmıştır.
Arslan (2004:212-214) Uysal (1996:104) Koç (2008: 204)	Medeni Durum	Popüler Dini Yönelim araştırması açısından evlilerin daha dindar olduğu, Kadın dindarlığına ilişkin araştırmada, kadının dini davranışları ve yoğunluğu bakımından daha dindar oldukları, İç güdümlü ve dış güdümlü şekilde yapılan araştırmaya göre, evli çiftlerin Dini Yönelim eğiliminin bekârlara göre daha yüksek olduğu, Bekârlar ve boşanmışların bu oranın gerisinde kaldıkları tespit edilmiştir.
Acar ve diğ. (1996:48)	Yaş	Ahiret inancının yaş ilerledikçe daha baskın hale geldiği ve dindarlığı etkisi altına aldığı düşünülmektedir

Tablo 2.9. (Devamı)

Günay (1999)	Coğrafi Alan	Kırsal kesimde, Namaz ve oruç gibi ibadetlerini yerine getirenlerin oranı kentsel kesimdekilerden daha fazladır. Kırsal kesimden kente yerleşenlerin ise, kentte yaşama süreleri uzadığında onların ibadetlerini yerine getirme oranlarında da ciddi bir düşüş tespit edilmiştir.
Çelik (2003)	Eğitim Düzeyi	Eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte, dini tutum ve davranışlarda azalmanın yaşandığı ifade edilmektedir. Bunun yanında, eğitim değişkeninin dini bireyselleşmede ve bilgi boyutunda da değer teşkil ettiği bilinmektedir
Köktaş (1993)	Sosyal ve Ekonomik Statü	Orta düzeydeki ve ortanın altındaki gelir gruplarına sahip olan insanların, İslam olgusu hakkında verdikleri olumlu yanıtların diğer gruptakilere göre hayli yüksek olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır

### 2.3. Sekülerleşme ve Seküler Dünya Görüşü

Sekülerleşme (secularism), sosyal bilimler, felsefe, ilahiyat ve hukuk gibi çok çeşitli alanlarda birbirinden farklı anlamlarda kullanılan tartışmalı bir kavramdır. Seküler kavramı, bu dünyada meydana gelen çağdaş olayları, yani şimdiki zamanda olan olayları ifade ederken, sekülerlik bir durumu, sekülerleşme ise bir süreci nitelemektedir. Türkçe’de seküler’in karşılığı olarak dünyevî, sekülerleşme’nin karşılığı olarak da

dünyevîleşme kavramları kullanılmakta ise de kavramların belli sosyal ve kültürel çevrelerde ortaya çıktıkları düşünüldüğünde bunların karşılık olarak kullanıldıkları kavramların anlam bütünlüğünü tam olarak ifade edemedikleri açıktır (Kirman, 2018:281-283).

Sekülerleşme; kimilerine göre ‘insanlığın başına gelebilecek en büyük felaket’ olarak anlaşılırken, ‘batı insanını ortaçağın karanlıklarından çıkarıp aydınlığa kavuşturan bir olgu’ olarak ele alanlara da rastlanmaktadır. Köklerini uzun bir tarihi geçmişte bulabileceğimiz sekülerleşme ve din ilişkisi en bariz göstergesini “Aydınlanma Dönemi” denilen ve Avrupa’yı derinden sarsan bir süreç olarak göstermesi yanında Batı dışındaki diğer toplumların kültürlerini de derinden etkilemiştir (Bayer, 2010:151).

Din ve sekülerleşme, özellikle de İslam ve sekülerleşme konusundaki literatüre göz atıldığında iki eğilim öne çıkmaktadır. İlki, seküler dünya görüşünün ve onun çoğulcu değerlerinin karşıtı olarak görülen sekülerist yani dini dışlayan eğilim; ikincisi sekülerliği dinsizlik, din karşıtlığı ve ateizm ile özdeşleştirme eğilimidir (Kirman ve Özbek, 2017:19-20). Ancak bununla birlikte sekülerleşme ile ilgili birçok perspektifin olduğu bilinmektedir. Yaygın anlamda sekülerleşme, seküler inanç ve uygulamalara sahip bireylerin sayısındaki artışı, hayatın birçok alanında dinin etkinliğinin azalmasını, din ve devlet işlerinin ayrılmasını ve dinî kurumların ve geleneğin seküler düzenlemesini ifade etmektedir (Kirman, 2018:281). Din ve sekülerleşme ilişkisi ile ilgili olarak Bayer, (2010:149), dünya genelinde göçler, sosyo-kültürel, ekonomik değişimler ve teknolojik ilerlemeler ve yeni dinî hareketlerin ortaya çıkışı sekülerleşmenin etkisiyle tüm toplum yapısında doğaüstüne ilgide azalmaya yol açmıştır. Böylece din, bireylerin bilincinde saklı kalır duruma geldiğini belirtmiştir. Kirman (2018) da son yıllarda özellikle din sosyolojisi alanında yoğun bir sekülerleşme tartışmasının yaşandığını ve sekülerleşmenin dinin öneminin azaldığı veya tamamen kaybolduğu bir süreci nitelediğini ifade etmiştir.

Sekülerleşmeyi, batı ve doğu eksninde geniş açıdan ele alan Duran (1995) sekülerleşmenin sonuçları ile ilgili olarak yaptığı değerlendirmelerde sekülerleşmenin sonuçlarını şu şekilde sıralamıştır:



- Kültürel ve ekonomik çöküntü
- Eko-sistemin tahribi
- Gelir ve servet dağılımının bozulması
- Bunalımların önlenememesi
- Doğunun sekülerleştirilmesi

Sekülerleşme ile ilgili tartışmalar ve din özelinde yapılan değerlendirmeler, sekülerleşmenin farklı ve geniş ölçekli sonuçlarının bulunduğunu göstermektedir. Casanova (2014) sekülerleşmenin üç farklı anlamı arasında ayırım yapmak gerektiğini vurgulamıştır. Yazara göre modern toplumlarda inanç ve ibadetlerin azalması olarak sekülerleşme, dinin bireyselleşmesi olarak sekülerleşme, ve devlet, ekonomi, bilim gibi seküler alanların ayrışması olarak sekülerleşme olmak üzere üç farklı alanda sekülerleşme bulunmaktadır. Sekülerleşme olgusu Avrupa ve Amerikan toplumlarında oldukça hissedilen bir olgu olmasına rağmen her iki toplum için de farklı anlam ve bağlamlarda yaşanmaktadır. Sekülerleşme eğilimlerinin Türkiye’de de artan düzeyde bir eğilime sahip olduğu görüşü dile getirilmekte ve sosyologlar ve ilahiyatçılar tarafından yoğun bir şekilde tartışılmaktadır. Öyle ki kimi zaman siyasi tartışmalara da konu olmaktadır.

Özetle Sekülerizm, Hıristiyan toplumlarında büyük etkilerle kendine yer edinmiş bir görüştür. Özellikle tahrif edilmiş ve günümüzde hükmü geçerli olmayan dinleri etkilemede oldukça başarılı olmuştur. Bazı yazarlar tarafından Sekülerleşmenin dini etkileme gücünün İslam’da da aynen var olduğu savunmuş, bu noktada İslam’ın da dünyevileşmeye açık olduğu ve hatta dünyevileştiği iddia edilmiştir. Ancak İslam’daki iman anlayışı İslam’ın ahkâm/amel boyutu, ruhban sınıfının olmayışı ve en önemlisi de İslam’ın tahrif olmamış yegane ve son din olması gibi nedenlerden onun seküler olmasını engellemiştir. İslam, modernite karşısında, özünde bir değişikliğe uğramadan tamamen yeni yorumlarla medeniyeti almış, sekülerizmden etkilenmemiştir. İslam ahlakı ise, sosyal birlik ve bütünlüğü korumadaki büyük rolünü hiçbir sekteye uğramadan devam ettirmektedir (Ekinci, 2018:336).

Türkiye’de son çeyrek asırdır kendini daha da güçlü bir şekilde hissettiren seküler yaşam biçimi, toplumsal birçok alanda kendini göstermeye devam etmektedir. Başta, sosyal -

ahlaki ilişkilerimizde meydana gelen değişmeler olmak üzere, dini hayatın zayıflaması, dünyevi rahat ve mutluluğu önceleme, eğitim kurumlarımızın yapısı ve işlevi ile boş zaman değerlendirme biçimindeki değişmeler olmak üzere birçok alanda sekülerleşmenin etkileri yaşanmaktadır. Türkiye hızla seküler bir yaşam tarzına doğru evrilmekte ve bu tarz kendini birçok alanda gerek fikri düzeyde gerekse de eylem düzeyinde göstermektedir. Sekülerleşme yalnızca dini hayatın değil aynı zamanda yaşamın birçok alanında kendisini göstermektedir. Örneğin sekülerleşmenin yaşandığı alanlardan biri de eğitim öğretimdir. Eğitimin sekülerleştiğinin göstergelerinden biri, eğitim ve öğretimin insan ve toplum hayatındaki anlam ve işlevinin dönüşümüyle ilgilidir. Geleneksel eğitim ve öğretim kurumları öncelikli olarak, kendini bilen, ilim ve irfan sahibi bir insan ve nesil yetiştirmek ve toplum hayatına yararlı kişiler yetiştirmek olarak işlev görmekte idi. Yunus Emre'nin "İlim Kendin Bilmektir" şiirinde belirttiği ve dile getirdiği düşünceler günümüzde önemli bir anlam kaybına uğramış ve eğitim ve bilim daha çok; mesleki kariyer, yükselme, sınıf atlama, zenginleşme vs. anlam ve işlevi görmeye başlamıştır. Bu da eğitim hayatımızın ve kurumlarımızın da sekülerleştiğini açıkça göstermektedir (Batur, 2015:563).

### **2.3.1. Klasik sekülerleşme teorisi**

Sekülerleşmenin kökeni incelendiğinde Hıristiyanlığın kendi içindeki tartışmalardan ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Bununla birlikte sekülerleşme batının dünya hâkimiyetiyle birlikte sahip olduğu bu uzun tarihsel geçmişten bağımsızlaşarak evrensellik iddiaları çerçevesinde yeni bir siyaset, toplum ve iktisadi düzen ortaya koyarak dini de yeniden dizayn etmektedir. Bu din anlayışının temelini ise dinin hukuk, siyaset ve ekonomiden bağımsız bir özünün bulunduğu, bu nedenle de bu öze dönmesi ya da döndürülmesi gerektiği konusundaki kabuller oluşturmaktadır (Bilici, 2018:32-33).

Klasik sekülerleşme kuramları, yani eski paradigma kurucu sosyologlarla başlamıştır. İlk dönem sosyologları, Comte, Drukheim, Mrax ve Weber'in ortaya attığı fikirler sonraki dönem sosyologları tarafından geliştirilmiştir (Sönmez ve Kara, 2013:17). Sekülerleşme uzun bir geçmişe ancak kısa bir tarihe sahiptir. Bu tespit bize aynı zamanda seküler ile dinsel olanın zorunlu olarak belli bir süreklilik dâhilinde ya da gelenek bağlamında ele

alınması gerektiğine işaret etmektedir. Günümüzde, seküler ve sekülerleşme kavramları sosyoloji literatüründe, sosyolojinin kurucu babalarının modern dünya hakkında öne sürdükleri öngörülerin yanlış olduğu vurgusuyla birlikte kullanılmaktadır (Bilici, 2018:34).

Sekülerleşme tezi, sekülerleşmenin ekonomik ve kültürel modernleşmenin yükselişinin kaçınılmaz bir özelliği olduğunu ileri sürer. Bu teze göre modern bilim, geleneksel inançları akla daha az yatkın bir duruma getirmiş; yaşam dünyalarının çeşitlenmesi dinî sembollerin tekeli kırılmış; kentleşme bireyci anomik bir dünya yaratmış; ailenin önemini aşınması dinî kurumları daha az ihtiyaç duyulan bir konuma düşürmüş; teknoloji her şeye kadir Tanrı fikrini daha az gerekli ve akıl dışı bir kalıba sokarak, insanlara kendi çevreleri üzerinde daha fazla denetim kurma olanağı tanımıştır (Kirman, 2015:284). ‘Sekülerlik’ sadece epistemolojik ve sosyolojik bir kavram olmanın ötesinde özünde ontolojik, kozmolojik ve teolojik unsurlar da içermektedir. Sekülerleşme sürecinin başlangıcı doğaya bakışla ilgilidir. Nitekim Weber “dünyanın büyüünün bozulması” kavramıyla tanrıların, animistik ruhların, büyü ve tılsımın doğadan kovulmasını, kısaca doğanın dinî içerikten arındırılmasını anlamaktadır. Böylece insan doğayı ilahî bir varlık olarak değil, istek ve ihtiyaçlarına göre serbestçe tasarrufta bulunabileceği bir alan olarak görür (Attas, 2003:44).

Klasik sekülerleşme teorisinin izleri Henri Saint-Simon ve Aguste Comte’un 19.yy. başlarındaki yazılarına kadar geriye götürülebilir. Bu yazarlar, geleneksel dinin gücünün ve kabul edilebilirliğinin devletin ve bilim ve teknolojinin gelişen etkisiyle kademeli ve geri döndürülemez biçimde zayıfladığını ve dinin sosyal ortamdan etkilenerek farklı farklı evrelerden geçtiğini iddia etmektedirler. Klasik sekülerleşme teorisi perspektifi, Batı dünyasında geleneksel Hıristiyan inançları ve pratiklerindeki gevşeme, dinî kurumların ve düşüncelerin azalması olarak yorumlanmaktadır. Bu, “modernleşme” adı altında değişik anlamlara işaret etmektedir. Farklılaşma, rasyonelleşme, sanayileşme ve şehirleşme kavramları etrafında tanımlanan sekülerleşme, dinî kurumlar ve inançlar bağlamında güçlerini ve otoritelerini kaybetmesine işaret eden modern zamanların ürettiği bir kavramdır (Gorski, 2015:120-121). Bu bağlamda modernleşme sürecinin sekülerleşmeye neden olan “yapısal farklılaşma”, “toplumsal farklılaşma”,

“toplulukluktan topluma dönüşme” ve “rasyonelleşme” başlıklı dört toplumsal boyutundan söz edilmektedir (Bruce, 2003:249-255).

İlk dönem sosyologları sekülerleşmeyi modernitenin bütünleyici bir parçası olarak düşünmüş ve evrenselleşeceğine inanmışlardır. Modernleşme ilerledikçe din özel alanına çekilecek, özelleşecek, kültür üzerindeki etkisini kaybedecek, tamamen bireysel bir olguya dönüşecek ve hiçbir değişim potansiyeli olmayan, toplumsal gücü bulunmayan bir hale dönüşecektir. Bu yönüyle sekülerleşme toplumların gittikçe kutsaldan uzaklaştığı, ilahi olana ilgilerini kaybettiği, dinî güç ve otoritenin gittikçe zayıfladığı bir süreç olarak anlaşılmaktadır (Bayer, 2010:157).

Klasik sekülerleşme tezi modernleşme ile birlikte dinin toplum üzerindeki etkisinin azalacağını beklemektedir. Ancak hem modernleşme ile birlikte birçok toplumda dinin etkisinin azalmaması hem de Amerika Birleşik Devletleri gibi modern kabul edilen bazı toplumlarda yüksek Dini Yönelim oranı nedeni ile klasik sekülerleşme tezi akademi dünyasında son yıllarda sorgulanır hale gelmiştir. Bu nedenle sekülerleşme tezine alternatif yeni yaklaşımlar gelişmeye başlamıştır. Dünyanın birçok yerinde katı bir modernleşme tecrübe edilmesine rağmen dinler hâlâ güçlü bir şekilde varlığını devam ettirmekte ve dinî bir canlanma yaşanmaktadır. Hatta modernleşme sürecine kendini adapte eden dinî gruplar modernleşmenin getirdiği imkânları birer araç haline dönüştürüp yeni üyelere ulaşmış ve dinî canlanma daha da hızlı hale gelmiştir. Gelişmekte olan alternatif yaklaşımlar içerisinde klasik iktisat teorisindeki en temel yaklaşımları dini alana uygulamaya çalışan Dini Piyasalar Teorisi ön plana çıkmaktadır (Varol, 2017:121-122).

### **2.3.2. Dini piyasalar teorisi**

Sekülerleşme tezi üzerindeki genel şüphecilik ve dinin öneminin artması bir takım teorik gelişmelerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu bağlamda yaşanan gelişmelerden önemli biri de, dinin talep yönünden ziyade arz yönünü vurgulayan Dini Piyasalar Teorisi olmuştur. Bu teori dini katılımı, çıkarlara dair rasyonel tercihlerin sonuçları olarak görmektedir. Ancak bu, dine yönelik talebin zaman ve mekân içerisinde sabit ve değişmez olduğu anlamına gelmemektedir (Turner, 2015:201).

Dini Piyasalar Teorisi savunucuları, Klasik Sekülerleşme Teorisi'nin iddialarını yalanlamakta ve modernleşme ve sekülerleşme var olduğuna inanılan organik bir bağın modern ve dindar bir topluma sahip olan ABD örneği ile çürüdüğünü ifade etmekte. Bununla beraber Güney yarımkürede artan Hıristiyanlık, gelişen dünyada Pentekostalizmin yükselişi, İslam'ın küresel bir boyut kazanması da yine bu teorisinin savunucuları tarafından Klasik Sekülerleşme Teorisi'nin sorgulanmasına neden olmaktadır (Ertit, 2014:380).

Dinî Piyasalar Teorisini savunanlara göre sekülerleşme tezindeki dinin yok olacağına dair beklentinin gerçekleşmesi çok zordur; çünkü modernlik ne kadar etkisini arttırsa artırsın, bilim ne kadar gelişirse gelişsin, insan metafizik sorularına cevap verebilmek için dine ihtiyaç duymaktadır. Hayatın anlamının ne olduğu, bu dünyada varlığın nedeni ve öldükten sonra ne olacağına dair sorulara ancak dinler cevap verebilmektedir. Bu nedenle Dinî Piyasalar Teorisine göre insanlık olduğu sürece dine olan inanç ve talep de hep mevcut olacaktır. Ayrıca metafizik ve dinî açıklamalar, seküler açıklamalara göre her zaman daha avantajlıdır, zira bu dünyada doğrulanamamakta, ve bireyler fayda beklentilerini doğrulanamayan bir bağlama, yani ahirete, ertelemektedir. Böylece dinî davranışı rasyonel bir temele oturtan Dinî Piyasalar Teorisi, modernliğin hayata hâkim olması neticesinde insanlığın dine ihtiyacının kalmayacağı üzerine kurulu klasik sekülerleşme tezi ile tam bir tezat halindedir (Varol, 2017:125-126).

Sekülerleşmenin geniş felsefi anlamı ve toplumsal hayata etkilerini dile getiren çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Kişilerin inanç, ibadet, dünya görüşü yaşam biçiminin dönüşmesi, kurumlara, ilişkilere ve araçlara yükledikleri anlamların değişmesi şeklinde ifade edilebilen sekülerleşmenin insan ilişkilerine etkilerinin de olacağı tartışmasızdır. İnsan ilişkilerinin en yoğun yaşandığı sektörlerin başında ise turizm sektörü gelmektedir. Turizm sektörünün gelişmesi, bir bölgedeki yerli insanın yaşam biçimini ve sosyo-kültürel ilişkileri ciddi şekilde dönüştürdüğü söylenebilir. Bu anlamda turizm sektörü sekülerleşmeyi attırıcı bir faktör olarak değerlendirilebilir. Ancak turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik çalışmalarda doğrudan sekülerleşme ile ilgili görüşlere çokça rastlanılmamaktadır.

## **BÖLÜM 3. TURİZM ENDÜSTRİSİ VE TURİZMİN ALGILANMASINA ETKİ EDEN UNSURLAR**

Bu bölümde turizm endüstrisinin ekonomik, çevresel ve sosyo kültürel etkilerinin yanısıra turistlere yönelik tutumlar hakkında değerlendirmeler yapılmıştır.

### **3.1. Turizm Endüstrisinin Önemi ve Gerekliliği**

Turizm, ekonomik ve sosyo gelişme ile bölgelerarası gelişme farklılıklarını en aza indirme amacını taşımaktadır. Tarım ve sanayi faaliyetleri açısından yeterli kaynak ve gelişme olanaklarına sahip olmayan ancak; zengin turizm potansiyeline sahip ülkelerin/bölgelerin planlı ve etkin bir turizm politikası uygulaması sonucunda turizmde dengeli bir gelişme sağlanacaktır. Bunun sonucunda ise söz konusu ülke ekonomileri uluslararası turizm gelirinden belirli oranda pay elde etmiş olacaklardır (Bahar ve Kozak, 2006).

Herhangi bir faaliyetin turizm olarak adlandırılabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler (Kozak, 2012:6);

- Seyahatin devamlı ikamet edilen, çalışılan ve günlük gereksinimlerin sağlandığı yerler dışında yapılması,
- Konaklama sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetlerin talep edilmesi,
- Konaklamanın geçici olması,
- Seyahatin gelir elde etmek amacıyla yapılmaması şeklindedir.

Turizm kavramına bakıldığında; İnsanların belli amaçlarla yaptıkları seyahat ve geçici konaklamaları kapsadığı görülmektedir. Günümüzde turizm olayını gerçekleştiren turistler gittikleri ülkede, Konaklama, Yiyecek-içecek, Eğlence gibi talepleri yanında

oluşabilecek sağlık problemlerinin çözümünde kaliteli sağlık hizmetini de talep eder duruma gelmektedir (Ak ve Sevin, 2000:89-100).

Tablo 3.1.'de turizm olgusunun tarihsel süreç içerisindeki anlamsal değişimi yer almaktadır.

Tablo 3.1. Turizm Olgusunun Tarihsel Süreç İçerisindeki Anlamsal Değişimi

Latince “tornus” kelimesinden üretilmiş bulunmaktadır.
“Tour” sözcüğü de bu kelimeden üretilmiştir. Ayrıca, Yunanca’da bir daireyi anlatan araç anlamına da gelmektedir.
Fransızca’da bu kelimenin anlamı dönmek şeklinde karşımıza çıkmaktadır.
Milletler arası Webster sözlüğüne göre ise tur; ilk başlanılan yere dönülen; <ul style="list-style-type: none"><li>• İş,</li><li>• Zevk,</li><li>• Eğitim için gezilen ve bu geziler sırasında çeşitli yerlerin ziyaret edilmesinden, Planlı bir seyahat programından meydana gelmiş yolculuk anlamına gelmektedir.</li></ul>

**Kaynak:** Dinçer, 1993, s.5'den uyarlanmıştır.

Bir diğer olgu da turist olgusudur. Bu kavrama ait özellikler üzerinde durulmak istendiği takdirde turist (Yağcı, 2003:12):

- Turizm hareketlerinin belirleyici kişisi,
- Turizme yön veren kişi,
- Sürekli yerleşme amacı olmadan, dinlenme, eğlenme, inanç ve boş zamanlarını geçirme gibi faaliyetlerini ticari kaygı taşımadan geçiren kişi,
- Sportif, idari, bilimsel, diplomatik ve benzeri nedenlerle seyahat eden ve toplantılara katılım sağlayan kişi,
- Seyahat süresinde ekonomik katkı sağlayan ve temel amaç olarak psikolojik tatmini arayan kişi,
- En az bir gece konaklama sağlamış olan günübirlikçi kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye'de turizm sektörünün yapısal değişimi ve gelişiminin hızlanması 1980'li yıllarda başlamış bulunmaktadır. Yapı değişikliğinin bazı temel nedenleri bulunmaktadır. Bunlar (Yarcan, 1994);

- Bu yıllarda kitle turizmi için gerekli özel turizm altyapısının ve uygun turizm üstyapısının oluşturulmasından kaynak bulmaktadır.
- Elde edilen ekonomik verilere bakıldığında, turizmin Türkiye ekonomisini etkileyen bir sektör olmaya başladığını göstermektedir.
- Yıllar boyunca, kitle turizmi pazarına giremeyen Türkiye, son on yıldır bir yapı değişikliği içinde bulunmaktadır.
- Yapı değişikliği, turizm sektörünün çalışma biçim ve koşullarının uluslararası standartlara uyum göstermeye başlaması biçimindedir.

1950'li yıllardan sonra turizm endüstrisinin ekonomik ve sosyo-kültürel değerinde artış görülmektedir. Bireylerin yaptığı seyahatler, yemek, içmek, gezmek, şifa bulmak ve benzeri ihtiyaçlarını karşılamak adına devamlılık sağlamaktadır. Bu faaliyetler, kimi zaman eğlence için, kimi zaman şifa için ve kimi zamansa dini faaliyetlerini gerçekleştirmek adına ortaya çıkmaktadır (Başol, 2002:351).

Turizm endüstrisi (Ünlüönen, 2007):

- Kar amacı gütmeyen turizm organizasyonları,
- Pazarlama hizmetleri,
- Konaklama ve ulaştırma hizmetleri,
- Yiyecek ve içecek faaliyetleri,
- Perakende satış mağazaları,
- ve diğer çeşitli etkinlikler gibi birbirinden farklı hizmet ve faaliyetleri bir şemsiye altında toplayan, koruyucu, uyarıcı ve sürükleyici bir endüstri konumundadır.

Turizmin ülkeler ve ekonomiler için çok önemli bir yapı taşı olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Turizm endüstrisi sayesinde ülkeler kendilerini farklı toplumlara tanıtmaya imkanı bulmakta ve böylelikle ekonomiye büyük katkılar sağlanmaktadır.

Ayrıca turizm sektörünün, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında oluşan farklılıkları gidereceği düşünülmektedir. Turizm endüstrisinin ekonomik kalkınma üzerindeki büyük potansiyeli ise gereken önemi kazanmasını sağlamaktadır. Gerek bölgeler ve gerekse ülkeler arasındaki, ekonomik sosyal ve kültürel farklılıklar ya da



uçurumlar göz önüne alındığında, turizm endüstrisinin bu farklılıkları hızlı biçimde yok edecek bir potansiyel olduğu açıktır (WTO, 1980:1).

Türkiye'de turizm endüstrisinin önem taşımasının bir diğer nedeni de, kendisi dışında birçok sektöre etki etmesinden kaynak bulmaktadır (AKTOB, 2014:37-38),

- Bunlardan biri de gıda sektörü ve içecek imalatı olmaktadır.
- Seyahat acentelerinin faaliyetleri de turizm endüstrisinden doğrudan etkilenmektedir.
- Bir diğer sektör de emlak sektörü olmaktadır.
- İnşaat işlerini de büyük ölçüde etkisi altına alan turizm sektörü, bu alanla doğru orantılı olarak işlev görmektedir.
- Tarım, avcılık ve ilgili hizmetlere ait sektörler de turizmin canlandırdığı bir diğer önemli saha olmaktadır. Özellikle Türkiye'de etkileri yadsınamayacak ölçüdedir.
- Telekomünikasyon hizmetleri de turizmin olumlu ve olumsuz yansımalarından etkilenen sahalar arasındadır.

Tüm bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, turizm endüstrisi ülkelerin itici güçlerinden biri niteliğindedir. Bu olguya duyulan ihtiyaç her geçen gün artmakta ve farklı rekabet koşullarında karşımıza çıkmaktadır. Kavrama ait daha ayrıntılı bir araştırmaya gidilmesi, konuya ışık tutulması açısından önem arz etmektedir.

### **3.2. Turizm Endüstrisinin Bileşenleri**

Turizm endüstrisi, sağladıkları ve potansiyeliyle birlikte, birçok özeliği içerisinde barındırmaktadır. Bunlar arasında öne çıkanlar (Olahı ve Korzay, 1989:5-6):

- İktisadi bir faaliyeti teşkil etmektedir.
- Yabancıların ziyaretlerinden doğan fayda unsuruna yönelmektedir.
- Şimdiye değin yaralanılmayan bazı unsurları iktisadi mala dönüştürmektedir.
  - Dağ,
  - Hava,

- İklim gibi.
- Birçok endüstriden girdi almak koşuluyla yine onlara girdi sağlayan bir endüstri konumundadır.
- Gelişmekte olan ülkeler adına önem teşkil etmektedir. Bunu da ödemeler dengesindeki önem taşıyan döviz kaynaklarından biri haline gelerek yapmaktadır.
- Sağlamış olduğu iş imkanları ile işsizliğin çoğalmasını engellemektedir.
- Konukseverlik endüstrisi niteliği taşımaktadır.
- Gerek bölgesel ve gerekse ülkesel bağlamda ekonomik ve kültürel mübadeleye katkı sağlamaktadır.
- Rasyonel kullanımının sağlandığı takdirde, atık kaynakları aktif hale getiren bir işleve sahiptir.
- Turizm endüstrisinin boyutları her geçen gün genişlemektedir. Aynı zamanda, farklı iş kollarını da bünyesine almaktadır. Doğrudan ya da dolaylı biçimde birçok sektörü etkisi altına almakta ve yansımalarını hem bireyler, hem toplumlar hem de ülkeler yakından hissetmektedir.

Turizm endüstrisine ait özellik ve bileşenler mercek altına alınmak istendiğinde, farklı niteliklere sahip işletmelerin sınıflandırılmasından başlanmaktadır. Bu sınıflandırmalar konumuza ışık tutmaktadır. Turizm işletmeleri şu şekilde sıralanabilir (Öztürk, 2010:7):

- Kâr amacı günden işletmeler ve kar amacı gütmeyen işletmeler,
- Turizme doğrudan hizmet veren işletmeler ve dolaylı biçimde hizmet veren işletmeler,
- Turizm mal ve hizmet üreten işletmeler
- Ulusal işletmeler ve uluslararası işletmeler
- Kamu işletmeleri, özel işletmeler ve karma turizm işletmeleri
- Birincil ve ikincil turizm işletmeleri
- Varlıkları doğrudan turizme bağlı olan işletmeler ve varlıkları doğrudan turizme bağlı olmayan işletmeler

Bir diğer unsur da, turizm endüstrisinin hangi alana hizmet ettiği ile alakalı olmaktadır. Birçok turizm çeşidi olduğu bilinmektedir. Turizm endüstrisine ait bileşenleri sağlıklı

biçimde ele alabilmek için, hangi alana hizmet ettiğinin tahlili gereklidir. Sağlık turizmine ait bileşenler ile inanç turizmine ait bileşenler farklı olabileceği gibi, eğlence turizmine ait bileşenler de farklılık göstermektedir. Sağlık turizmi daha çok şifa vermeyi amaçlarken, eğlence turizmi ise tatil ve eğlence imkanlarını sunmaktadır. Bu nedenle, hangi alana hizmet ettiğinin bilinmesi şarttır.

Bunların yanı sıra, turizm endüstrisi içerisinde çözülmesi gereken bazı sıkıntılar da söz konusudur. Bunlardan bazıları(Öztürk, 2010:7):

- Uzun çalışma saatleri,
- İş stresi,
- Ağır iş yükü,
- Düzensiz ve esneklikten uzak iş programları,
- Yetersiz kariyer imkanları,
- Düşük ücret,
- İş güvencesi eksikliği,
- Sınırlı boş zaman şeklinde sıralanabilmektedir.

Bu ve benzeri sorunların çözülmemesi, iş tatmininde birçok sıkıntıya neden olmakta ve endüstriyi olumsuz biçimde etkilemektedir.

Günümüzde turizm sektörünün iktisadi açıdan (ekonomik ve istihdam boyutlu) her geçen gün artarak cazip hale gelmesi, büyük sermaye şirketlerini turizm işletmelerini satın almaya yöneltmektedir. Turizm sektöründeki imkânları ve potansiyeli fark eden bilgi teknolojisi işletmeleri, bu sektöre ihtiyacı olan bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısını sunmaya başlamıştır. Bu işletmeler turizm sektörünü bilgi ve iletişim teknolojileri ile elektronik pazarlar için çok uygun uygulama alanı olarak görmektedirler (Klein, 1999).

Bu özellik ve bileşenlerin yanında, turizm endüstrisini etkileyen bazı faktörler bulunmakta ve bunlar sektörün şeklinin ve muhteviyatının değişmesine neden olmaktadır.



Şekil 3.1. Turizm Sektörünü Etkileyen Eğilimler

**Kaynak:** Karataş, ve Babür, 2013, s. 19.

Küreselleşme, artan ihtiyaçlar ve farklı eğilimlerin birleşimiyle, turistlerin taleplerinde de değişimler gündeme gelmektedir. Bunların yanı sıra, Şekil 3.1.'de de görüldüğü gibi, turizm endüstrisi içerisinde farklı eğilimler ortaya çıkmakta ve endüstriyi dolayısıyla da bileşenlerini değişime uğratmaktadır. Gündeme gelen ulusal ve uluslararası rakipler, çeşitliliğin ve rekabet artışını sağlarken, endüstrideki girdi ve çıktılarda da değişimlere neden olmaktadır. Arz ve talep birbirini etkilemekte ve bunun yansımaları da değişimi gerekli kılmaktadır.

Turizm endüstrisinin ana bileşenini konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Konaklama işletmeleri ile ilgili çeşitli sınıflandırmalar kullanılmaktadır. Bu sınıflandırmalar genel olarak şu şekilde yapılmıştır (Megep, 2007:7-9):

- Oteller:
  - Buldukları yerlere göre
  - Sundukları hizmet çeşidine göre
  - Mülkiyet durumlarına göre
  - Yerine getirilen konaklama türüne göre

- Çalışma saatlerine göre
- Büyüklüklerine göre
- Moteller,
- Tatil köyleri,
- Pansiyon,
- Kamping,
- Apart otel,
- Dağ evi,
- Yüzer tesis,
- Gençlik yurtları sıralanabilmektedir.

Turizm endüstrisinin konaklama sektörüne birçok etkisi mevcuttur. Önemli bir etkisi de istihdam noktasında gündeme gelmektedir. Tablo 3.2. mercek altına alınmak istendiği takdirde:

Tablo 3.2. Konaklama Tesislerinde İstihdam Oranları (Tuyed, .2017).

Yıllar	Otel+ Lokanta (Bin Kişi)	Otel, Eğlence Mekanları (Bin Kişi)
2000	776	211.4
2001	796	243.5
2002	826	255.6
2003	847	280.1
2004	872	297.6
2005	949	309.2
2006	1001	318.4
2007	1067	328.7
2008	1058	341.5
2009	1131	342.4
2010	1066	351.4

Tablo 3.2. incelendiğinde, 2000-2010 yılları arasında konaklama sektörü içerisindeki istihdam oranlarının en yüksek seyrettiği yıl 2009 yılıdır. Bahsedilen 10 yıl içerisinde, iki defa otel ve lokanta istihdamında düşüş yaşanmış ve o yıllar ise 2008 ve 2010 yılları olmaktadır. Otel ve eğlence mekanlarına ait istihdamda ise 10 yıl boyunca sadece artış yaşanmıştır. Kronolojik olarak turizmin gelişmesi ile konaklama sektöründe ortaya çıkan değişimler mercek altına alınmak istendiği takdirde: 1973-1977 yılları arasındaki Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (DPT, 1972):

- Konaklama tesislerinin öncelikli bölgelerde yoğunlaştırılması,
- Kitle turizmine öncelik verilmesi, altyapı tesislerinin artırılması ve mevcut olanların iyileştirilmesi,
- Tarihi eserlerin onarılması ve milli parkların artırılması, turizm üst yapı yatırım ve işletmeciliğinde özel kesimin esas alınması,
- Devlet ve diğer kamu kuruluşları yatırımlarının üst yapıya ve işletmecilikte daha ziyade öncü ve örnek tesislere yönlendirilmesi,
- Fiziksel planlama çalışmalarına devam edilmesi,
- Turizm yatırımlarının bu planlara uygun olarak yapılmasının sağlanması,
- Yatırım ve işletmeciliğin çeşitli tedbirlerle teşviki,
- Turizm sektörü kredi imkanlarının artırılması,
- Yabancı sermaye yatırım işletmeciliğine, özel milli sektörün yetersizliği ölçüsünde yer verilmesi hususlarına yer verilmiştir.

1979-1983 yılları arasındaki Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (DPT, 1978):

- Tesis kapasitesinde 40.000 yataklık bir artış sağlanmak suretiyle,
- 1983 döneminde ise 95.000 yatağa çıkarılması planlanmıştır.
  - Yatak kapasitesini gerçekleştirmek için toplam 18,3 milyar liralık yatırım yapılması,
  - Bunun 9,5 milyar liralık kısmını özel kesimin,
  - 8,8 milyar liralık kısmını ise kamu kesiminin karşılaması öngörülmüştür.

1984-1989 yılları arasındaki Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (DPT, 1984):

- Turist sayısının 3.000.000 kişiye ulaşacağı,
- Tesis kapasitesinde ise 100.000 yatağa ulaşılacağı öngörülmüştür.

1990-1994 yılları arasındaki Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (DPT, 1989): Dönem başında 145.000 olan konaklama tesisleri yatak kapasitesinin, dönem sonunda 350.000'i aşması bu dönemdeki hedefler arasında yer almıştır.

1996-2000 yılları arasındaki Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda(DPT, 1995): Yatak kapasitesini arttırmaya yönelik politikaların aşılmasını sağlamıştır. 2001-2005 yılları arasındaki Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda(DPT, 2000):

- Ülkenin rekabet gücünün geliştirilmesi,
- Değişen tüketici tercihlerinin dikkate alınması,
- Yerel halkın turizmle ilgili kararlara katılmasının sağlanması,
- Turizm Sektörü Ana Planı'nın geçilmesi,
- Mevsimlik yoğunlaşmanın azaltılması,

2007-2013 yılları arasındaki Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (DPT, 2006): Turizm sektörünün, ülkedeki refah ve gelişmişlik dengesizliklerini azaltıcı doğrultuda yönlendirileceği, Turizm potansiyeli olan ancak bugüne kadar yeterince ele alınmamış yörelerde turizmin geliştirilerek; Ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıda bulunulacağı öngörülmektedir.

### **3.3. Turizm Endüstrisinin Ekonomik Etkileri**

Turizm endüstrisindeki ilerleme, son otuz yıl içerisinde tahmin edilenden fazla yaşanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş sanayi devletleriyle turizm endüstrisi sayesinde rekabet edebilen ve hatta öne geçen endüstriler karşımıza çıkmaktadır. Meksika'daki turizm faaliyetlerinin sosyal ve ekonomik etkilerini araştıran bir çalışmada turizmin Meksika'da döviz kazancını teşvik eden ve arttıran, istihdam sağlayan ve göç akışlarını merkezileştiren ekonomik katkısı olduğu, hatta ülkede turizmin, petrol ihracatı ve göçmenlerin döviz transferlerinden sonra döviz getirisi sağlayan üçüncü büyük sektör olduğu belirtilmiştir. Araştırmada turizm endüstrisini geliştirirken Meksika hükümetinin döviz kazanmak, istihdam oluşturmak ve iç göçü turizm merkezlerine kaydırmak gibi üç ana hedefi olduğu vurgulanmıştır (Wilson, 2008). Bu noktada turizm olgusu, sürdürülebilir kalkınma stratejisine büyük katkılar sağlamaktadır (Oktayer ve diğ., 2007:13). Turizmin daha fazla ülke nezdinde ciddiye alınması ve gereken önemin verilmesi konusunda bazı veriler öne çıkmaktadır (Sharpley, 2002:83):

- Dünyada gayri safi yurt içi hasılanın % 10.16'sının bu işe yatırılması,

- 385 milyon işin bu sayede oluşturulması turizmin önemini destekler nitelik taşımaktadır.

Turizm sektörünün sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri çok sayıda araştırmacının odak noktası olmuştur (Pramanik ve İngkadijaya, 2018: 2). Ancak sıklıkla turizmin ekonomik yönüne ve etkilerine ağırlık verilmiş, turizm faaliyetlerinin yerel halka ve bölgede yaşayan sakinlere yönelik olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri vurgulanmıştır (Barros ve Matias, 2005). Olumlu ekonomik getirileri arasında; gelir artışı, hane halkı gelirini çeşitlendirmesi, yeni yerel işletmelerin açılmasını sağlaması, mevcut ve yeni işletmelerin karını arttırması, yatırım ve istihdam fırsatlarını arttırması, yeni turistik ve sosyal tesislerin yapılması, talebin artması ve çeşitlenmesi, altyapı, ulaşım ve iletişim imkanlarının iyileştirilmesi gibi unsurlar bulunmaktadır Olumsuz ekonomik etkiler ise, mülk fiyatlarının artması, mal ve hizmetlerin maliyetlerindeki artış, yeni maliyetlere katlanma şeklinde ifade edilebilir (Northcote ve Macbeth, 2005; Teobald, 2005; Gu ve Wong, 2006; Towar ve Lockwood, 2008). Paylaşım ekonomisine dayalı olarak Airbnb girişiminin turizm sektörü üzerindeki etkilerini makro-ekonomik düzeyde inceleyen araştırma sonucunda paylaşım ekonomisinin turizmde istihdamı arttırdığı, yeni iş pozisyonları oluşturduğu ve turistlerin daha fazla gün konaklamasına yardım ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Fang, ve diğ., 2016).

Turizm sektörünün diğer sektörlerden daha fazla gelir sağlamasına olanak tanıyan bazı avantajları mevcuttur. Bunlar arasında (Unur, 2000:6):

- Sürekli olarak büyüme gösteren bir endüstri olması,
- Turizm sektörünün turistlerin üretim yerine gidip tüketmek zorunda oldukları bir endüstri olması,
- Bu sektör, hem ekonominin çeşitlenmesini sağlamakta hem de ihracata bağımlılığı azaltmaktadır.

Türkiye'nin uluslararası turizme gerek duymasının ise bazı önemli nedenleri mevcuttur. Türkiye'nin uluslararası turizm endüstrisine ilgi duyma nedenleri arasında şunlar yer almaktadır (Çımat ve Bahar, 2003:4):



- Her geçen gün turizme olan talepte artış görülmesi,
- Döviz çıkmazına ait sorunlara çözüm getirebilme ihtimalinin olması,
- Gelişme maliyetlerinin düşük olmasından dolayı tercih sebebi olması,
- Bazı olgulardan daha az etkilenmesi:
- Ekonomik kısıtlamalar (Tarifelerden, Kotalardan)

Turizm endüstrisinin birçok olumlu yanı söz konusudur. Gerek muafiyetleri ve gerekse ekonomik sıkıntılara getirdiği çözümler, onu her geçen gün daha gerekli hale getirmektedir. Turizm faaliyetlerinin olumlu ve olumsuz yönlerinin anlatıldığı çalışmada uluslararası turizmin gidilen yerin ülke ekonomisine yabancı para akışı oluşturduğu ve böylece ödemeler dengesi cari hesabına doğrudan katkıda bulunduğu için “görünmez bir ihracat” olarak nitelendirilmektedir (Archer, ve diğ., 2005: 82).

Ekonomik belirsizlik ve kriz zamanlarında, sakinlerin turizmin etkilerine ilişkin algılarının ölçüldüğü çalışmada Mallorca ve Tenerife’de yaşayan sakinlerin kriz dönemlerinde turizmin etkilerine ilişkin algılarının daha olumlu olduğu ve turizm faaliyetlerinin daha çok desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ekonomik durgunluk dönemlerinde sakinlerin turizm maliyetlerini önemsemedikleri, küçümsedikleri görülmüştür (Garau-Vadell ve diğ., 2016: 1). Bu anlamda turizmin doğrudan olmasa da dolaylı bir ekonomik katkısı olduğu söylenebilir.

Turizm endüstrisinin ekonomiye olan etkileri bazı spesifik göstergeler ile incelendiğinde karşımıza önemli parametreler çıkmaktadır. Turizmin ekonomiye etkileri şu şekilde sınıflandırılabilir (Kar ve diğ., 2004:89):

- Ödemeler dengesi üzerindeki etkisi
- Yurt içerisinde ithalat etkisi
- Gelir etkisi
- İşgücü çarpanı etkisi
- İstihdam artışı ve yeni iş olanakları yaratma etkisi
- Gelir dağılımını ve ihracatı düzenleyici etkisi
- Kalitenin ve yaşam standartlarını artırma etkisi

- Döviz geliri yaratması ve ekonomik gelişmeyi sağlama etkisi
- Küçük ölçekli işletmeleri geliştirme etkisi

Turizmin ekonomiye diğer bir katkısı da kalkınma noktasında ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler üç noktada sınıflandırılmaktadır (Krippendorf, 1994:3).

- Birinci aşamada, turizm sektöründeki gelişmeler, devlet politikasıyla desteklenmemektedir. Turistler geldiğinde bölge halkı evlerini kiralamakta ve turistlerin yiyecek ihtiyaçlarını karşılamaktadır.
- İkinci aşamada, devlet desteği gündeme gelmektedir. Aynı zamanda özel sektörün de devreye girdiği görülmektedir. Turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren alan sayısında da artış olmaktadır.
- Üçüncü aşamada, ortaya çıkan hizmet seviyesi önem taşımaktadır. Burada, turizm sektörüne yapılan yatırımlar sonucunda hem gelir hem de istihdam olarak tüm ülke ekonomisine yansıma yaşanmaktadır.

Bazı uzmanlara göre ise, ekonomik yapıdaki değişimin temel nedeni hiçbir zaman tek başına turizm sektörü olmamıştır. Ekonomik yapısal değişiklikleri(Barutçugil, 1986:62):

- Teknolojik ilerlemeler,
- Demografik baskılar,
- Toprak mülkiyetine ait yeni biçimler,
- Kırsal kesim harici iş bulma imkanları sağlamaktadır.

Turizm endüstrisi gerek Türkiye ve gerekse dünya ülkeleri açısından büyük önem ve gerekliliğe sahiptir. Örneğin 2015-2017 yılları arasında dünyanın bazı ülkelerine ait turizm gelirleri incelendiğinde bu önem gün yüzüne çıkmaktadır. Tablo 3.3.'de belirli ülkelere ait turizm gelirlerine ilişkin bilgiler paylaşılmıştır

Tablo 3.3. Belirli Ülkelerin Turizm Gelirleri (Milyar \$) (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019, Turizm Ajansı, 2019 ve Turizm Güncel, 2019)

Ülkeler	2015	2016	2017
ABD	205	205	221
İspanya	56	60	68
Fransa	44	42	61
İtalya	39	40	44
Almanya	36	37	40
İngiltere	45	39	51
Türkiye	31	22	26

Türkiye'de turizmin ekonomiye etkileri üzerinde durulduğunda, bu konunun yoğun bir biçimde 1960'lı yıllarda tartışılmaya başlandığı görülmektedir. 1980'li yıllara değin turizm yatırımlarına sabit sermaye yatırımlarının % 0.7 oranında pay ayrıldığı görülmektedir. Turizm sektörünün bugünkü halini almasında ise, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu belirleyici rol oynamıştır (Demirtaş, 2000:2).

Turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri ile ilgili bazı istatistiklerin paylaşılmasında yarar bulunmaktadır. Tablo 3.4.'te Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelere ait istatistiki bilgiler paylaşılmıştır.

Tablo 3.4. Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen Ülkeler (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019)

2016-2018 YILLARI OCAK-ARALIK AYINDA ÜLKEMİZE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN MİLLİYETLERE GÖRE DAĞILIMI - İLK 5 ÜLKE						
ÜLKELER	2018	ORAN	2017	ORAN	2016	ORAN
Rusya Fed.	5 964 613	15,10	4 715 438	14,55	866 256	3,42
Almanya	4 512 360	11,43	3 584 653	11,06	3 890 074	15,34
Bulgaristan	2 386 885	6,04	1 852 867	5,72	1 690 766	6,67
İngiltere	2 254 871	5,71	1 658 715	5,12	1 711 481	6,75
Gürcistan	2 069 392	5,24	2 438 730	7,52	2 206 266	8,70
DİĞER	22 300 280	56,47	18 159 631	56,03	14 987 370	59,12
<b>GENEL TOPLAM</b>	<b>39 488 401</b>	<b>100,00</b>	<b>32 410 034</b>	<b>100,00</b>	<b>25 352 213</b>	<b>100,00</b>

2016, 2017 ve 2018 yılları temel alındığında, Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkeler sıralamasında Rusya, Almanya, ve Bulgaristan Türkiye'nin müşteri portföyünü oluşturan ülkeler olarak başta gelmektedir. 2018 yılı Ocak - Aralık döneminde Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Rusya Fed. %15,10 (5 964 613) ile birinci, Almanya %11,43 (4 512 360) ile ikinci, Bulgaristan %6,04 (2 386 885) ile üçüncü sıradadır. Bulgaristan ülkesini İngiltere ve Gürcistan izlemektedir.

Türkiye'de turizmin önemi üzerinde durulmak istendiği takdirde, bazı veriler öne çıkmaktadır. Bunlar arasında Türkiye'ye gelen turist sayıları yer almaktadır. Tablo 3.5.'te güncel sayılar ve istatistikler paylaşılmıştır.

Tablo 3.5. Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları (Aylar ve Yıllar itibariyle) (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019)

<b>TÜRKİYE'YE GELEN Turistlerin YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI</b>					
<b>AYLAR</b>	<b>YILLAR</b>			<b>% DEĞİŞİM ORANI</b>	
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2017/2016</b>	<b>2018/2017</b>
<b>OCAK</b>	1 521 249	1 384 622	1 892 737	-8,98	36,70
<b>ŞUBAT</b>	1 631 277	1 494 891	1 932 686	-8,36	29,29
<b>MART</b>	2 034 471	1 944 942	2 581 201	-4,40	32,71
<b>NİSAN</b>	2 219 619	2 498 489	3 212 476	12,56	28,58
<b>MAYIS</b>	3 029 374	3 388 560	4 206 437	11,86	24,14
<b>HAZİRAN</b>	2 902 139	3 962 416	5 091 496	36,53	28,49
<b>TEMMUZ</b>	4 211 530	5 845 934	6 531 670	38,81	11,73
<b>AĞUSTOS</b>	3 709 503	5 305 838	6 158 597	43,03	16,07
<b>EYLÜL</b>	3 412 154	4 691 972	5 425 845	37,51	15,64
<b>EKİM</b>	2 853 430	3 381 691	4 238 873	18,51	25,35
<b>KASIM</b>	1 699 949	1 993 329	2 405 758	17,26	20,69
<b>ARALIK</b>	1 681 985	2 077 140	2 434 816	23,49	17,22
<b>TOPLAM</b>	<b>30 906 680</b>	<b>37 969 824</b>	<b>46 112 592</b>	<b>22,85</b>	<b>21,45</b>

T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı verilerinden derlenen verilere göre 2018 yılında Ülkemize Gelen ziyaretçilerin sayısı 2017 yılı ilk 12 ayına (Ocak-Aralık) göre % 21,45 artış göstermiştir. Turizm endüstrisinin ekonomik etkilerinin açıklanmasında turistlerin yıllar itibariyle Türkiye'ye yaptıkları seyahatlerin ve turizm gelirlerinin istatistikleri önemli bir bakış açısı sunmaktadır.

Tablo 3.6. Yabancı Ziyaretçi ve Yurt Dışında İkamet Eden Vatandaş Ziyaretçilerden Elde Edilen Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre Dağılımı(T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019)

<b>YILLAR</b>	<b>TOPLAM</b>				<b>TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)</b>
	<b>Gelen Ziyaretçi Sayısı</b>	<b>Çıkan Ziyaretçi Sayısı</b>	<b>Turizm Geliri (1000 \$ )</b>	<b>Ortalama Harcama (\$)</b>	
2003	16 463 623	16 302 053	13 854 866	850	4,4
2004	20 753 734	20 262 640	17 076 607	843	4,2
2005	25 045 142	24 124 501	20 322 111	842	4,1
2006	23 924 023	23 148 669	18 593 951	803	3,4
2007	27 239 630	27 214 988	20 942 500	770	3,1
2008	31 137 774	30 979 979	25 415 067	820	3,3
2009	31 759 816	32 006 149	25 064 482	783	3,9
2010	32 997 308	33 027 943	24 930 997	755	3,2
2011	36 769 039	36 151 328	28 115 692	778	3,4
2012	37 715 225	36 463 921	29 007 003	795	3,3
2013	39 860 771	39 226 226	32 308 991	824	3,4
2014	41 627 246	41 415 070	34 305 903	828	3,7

Tablo 3.6. (Devamı)

YILLAR	TOPLAM				TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)
	Gelen Ziyaretçi Sayısı	Çıkan Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcama (\$)	
2015	41 114 069	41 617 530	31 464 777	756	3,7
2016	30 906 680	31 365 330	22 107 440	705	2,6
2017	37 969 824	38 620 346	26 283 656	681	3,1
2018	46 112 592	45 628 673	29 512 926	647	

Tablo 3.6. incelendiğinde yıllar itibariyle gelen ziyaretçi sayısı ve turizm gelirlerinin arttığı görülmektedir. Ancak bu artış ile turistlerin ortalama harcamaları arasında ters bir orantı sözkonusudur. Turistlerin ortalama harcamaları 2018 yılına doğru gelindikçe düşmektedir. Bu durum başta Türk Lirasının döviz kurları karşısındaki değer kaybı ile açıklanabilir.

Türkiye üzerinden Antalya örneği incelenmek istendiğinde, sektörel olarak paylar sınıflandırılmaktadır.

Tablo 3.7. Antalya Ekonomisinin Sektörel Olarak Paylara Ayrılması (Tuik, 2017)

	Turizm	Ticaret	Tarım	Hayvancılık	Sanayi
1987	14.0	24.4	27.7	23.3	10
1990	16.2	28.1	24.9	22.1	7.1
2000	20.3	32.1	20.7	18.6	6.7
2012	30.4	33.5	19.5	16.0	7.0

Tablodan da anlaşılacağı üzere, turizme ayrılan pay 25 yılda % 100'ün üzerinde artmıştır. TÜİK verilerine göre, bahsedilen 5 sektör içerisinde en fazla artış oranı turizm sektöründe görülmektedir.

### 3.4. Turizm Endüstrisinin İstihdama Etkisi

Turizm sektöründe çok fazla amprık çalışma bulunmamaktadır. Bunun nedeni ise, başlangıçta turizm alanında öncelikle kayıt dışı ekonominin hızla gelişmesidir. Resmi olmayan rehberlik hizmetleri ve seyyar satıcılık gibi işler bu sınıflandırmaya girmektedir (Cukier ve Wall, 1994).

İstihdam türleri temelinde bu ilişki mercek altına alınmak istendiği takdirde (Oktayer ve diğ., 2007:13):

Doğrudan istihdam:

- Ulaştırma işletmeleri,
- Yeme-içme işletmeleri,
- Konaklama,
- Tur operatörleri,
- Seyahat acentelerinde çalışanları kapsamakta,

Dolaylı istihdam:

- Tarım,
- El sanatları,
- Balıkçılık,
- İmalat,
- İnşaat,
- Bankalar,

Uyarılmış istihdam:

- İki istihdam türünün kullanılması neticesinde ekonomi içerisinde yaratılan ek istihdam olarak karşımıza çıkmaktadır.

Antalya örneği üzerinden gidilecek olduğunda, turizm endüstrisinin istihdama olan etkileri temelinde bazı illere göre istihdamın boyutları Tablo 3.8.'de gösterilmiştir.

Tablo 3.8. Belirli İllere Göre Turizm İstihdamının Yüzdelerle Dağılımı (Aktob, , 2014:47)

İller	%'lik Paylar	İller	%'lik Paylar
Antalya	20.0	Çanakkale	6.9
Muğla	13.2	Yalova	6.2
Nevşehir	12.0	Balıkesir	6.2
Aydın	8.1	Afyonkarahisar	6.1
Bolu	7.8	İstanbul	6.1
İsparta	7.5	İzmir	5.5
Trabzon	7.2	Erzurum	5.4

Tablo 3.8.'de de görüldüğü üzere, en yüksek oran neredeyse % 21 ile Antalya'da bulunmaktadır. Onu Muğla, Nevşehir ve Aydın gibi iller takip etmektedir. Burada da, açık ara turizm istihdamının en yüksek olduğu il Antalya olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO, 2017) göre, Uluslararası turist sayısı 2009 yılında 882 milyon kişiye, uluslararası turizm gelirleri ise 851 milyar dolara ulaşmıştır. 1990 yılında dünya turist sayısının 435 milyon olduğu bilindiğine göre yirmi yılda dünya turizm hareketlerinin yaklaşık iki kat arttığı görülmektedir ki, bu büyük bir gelişmenin göstergesidir (Ünlüönen ve Şahin, 2011:6).

Ayrıca, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'ne (WTTC) göre, 2010 yılında dünya genelinde toplam işgücünün %8,6'sına denk gelen 251 milyondan fazla insan turizm sektöründe istihdam edilmektedir. Bu nedenle turizm; başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede (Bahar, 2006:138);

- İstihdama,
- Gelir düzeyine,
- Dış ve iç borç yükünün hafiflemesine,
- Ödemeler dengesine,
- Sonuçta ülke insanın refah düzeyinin yükselmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Bir sektörün ekonomi üzerindeki en belirgin etkilerinden biri oluşturduğu istihdam olanaklarıdır. Günümüzde ekonomik anlamda en etkin sektör olan hizmetler sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, emek-yoğun üretim özelliği nedeniyle diğer sektörlerden farklı bir yapıya sahiptir. Turizm sektörünün genelinde makineleşme ve otomasyon olanaklarının bazı bilgisayar sistemlerinin kullanımı dışında sınırlı düzeyde kalması; mal hizmet üretiminde sektörün emek yoğunluğunu korumasına etki etmekte ve yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi oluşturmaktadır (Ünlüönen ve Şahin, 2011:3 ve Mill ve Morrison, 1992:294).

Tablo 3.9. Dünya Genelinde Turizm Sektörü İstihdam Verileri WTTC (2015)

Yıllar	Doğrudan		Dolaylı		Toplam İstihdam	
	(000 kişi)	%	(000 kişi)	%	(000 kişi)	% Payı
2006	101328	3,82	166863	6,29	268191	10,22
2007	100199	3,71	174102	6,45	274301	10,10
2008	100104	3,66	163607	5,98	263711	9,97
2009	97820,8	3,55	159914,2	5,81	257735	9,79
2010	98191,8	3,52	156285,2	5,60	254477	9,45
2011	99557,7	3,52	160438,3	5,67	259996	9,53
2012	101486	3,53	163683	5,70	265169	9,60
2013	103297	3,56	167426	5,76	270723	9,72
2014	105408	3,58	171437	5,82	276845	9,83
2015	107519	3,60	176464	5,91	283983	9,94
2020*	118943	3,74	199705	6,28	318648	10,13
2025*	130694	3,90	226217	6,76	356911	10,55

\*Tahimini Veriler

Türkiye için turizmin, istihdam oluşturduğu bilinen bir gerçek olmakla beraber, etkisini tam anlamıyla belirlemek mümkün değildir. Çünkü turizm, yatırım aşamasından her hizmetin verildiği en son aşamaya kadar dolaysız ve dolaylı çok çeşitli iş olanakları oluşturmaktadır. Dolayısıyla da turiste hizmet veren yerlerde, istihdam edilen kişilerin pek çoğu turizmle ilgisi olmayan ama aynı veya benzer işlerde çalışan kişilerden çok güç ayırt edilebildiğinden bu konuda güvenilir bir istatistik ortaya koymak zordur (Akat, 1997: 55).

Tablo 3.10. Türkiye Turizm Sektörü İstihdam Verileri

Yıllar	Doğrudan		Toplam İstihdam	
	(000) Kişi	%	(000) Kişi	%
2004	521,5	2,4	1853,7	8,5
2005	474,0	2,1	1794,2	8,1
2006	495,4	2,2	1747,3	7,9
2007	441,1	2,1	1710,3	8,2
2008	461,1	2,1	1756,0	8,3
2009	459,1	2,1	1773,5	8,3
2010	477,3	2,1	1833,9	8,1
2021	658,0	2,5	2216,0	8,3

Türkiyede ise; 2010 da tüm ekonomi içerisinde 1 833 900 kişiye doğrudan ve dolaylı olarak istihdam sağlarken, toplam istihdam içerisindeki payı % 8,1 olarak hesaplanmıştır. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 3,40lık bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin doğrudan istihdam sağladığı kişi sayısı 477 300; toplam istihdam içerisindeki payı (bir önceki yıla göre % 3,96 artışla) % 2,1 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, doğrudan istihdamın 2021’ de 658 000 kişi olacağı, toplam istihdam içindeki payının da % 2,5 olacağı öngörülmektedir. Aynı dönemde, ekonomik yapı içerisinde 2 216 000 kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam sağlayarak, toplam istihdam içerisindeki payının %



8,3 olacağı ongorulmaktadır. Türkiye’de son yıllarda turizm sektöründe yaşanan büyüme ve gelişme rakamlarının, ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi, turizm sektörü istihdam verilerine olumlu yansıdığını söylemek mümkün değildir. 2004’ten 2010 yılına kadar olan dönemde, nüfus, işgücü ve sektör istatistiklerindeki artışın, artan işletme ve kapasite sayısına rağmen, turizmde beklenen istihdam artışına neden olmadığını; doğrudan istihdamda yaşanan % - 8,47 ve doğrudan-dolaylı istihdam toplamında yaşanan % - 1,06’lık azalışlarda görmek mümkündür (Ünlüönen ve Şahin, 2011:6-7).

Turizm sektörünün işlerliğinin, birçok sektör ve alana etki ettiği görülmektedir. Bunların yanı sıra, istihdam olanakları sunmak suretiyle işsizlik sorununun azaltılmasında da çok önemli etkilere sahip olduğu görülmektedir (Yıldız, 2011:69).

Tablo 3.11. Turizm Harcamalarının İstihdama Katkı Sağladığı Alanlar (Yıldız, 2011:68)

<b>Turistlerin Harcama Yaptıkları Yerler</b>	<b>Turizm Sektörünün Yaptığı Harcamalar</b>	<b>Harcamalardan En Son Yararlananlar</b>
1. Konaklama 2. Yiyecek 3. İçecek 4. Uluslararası Ulaşım 5. Gezi ve Turlar 6. Eğlence 7. Hatıra ve Hediye 8. Fotoğraf ve bant 9. Kişisel bakım, ilaç ve kozmetik 10. Giyim 11. Değişik	Maaşlar ve ücretler, Bahşış ve ikramiyeler, Gelir vergileri, yerel vergiler, Müzik ve eğlence, Komisyonlar, Yönetimsel ve genel harcamalar, Yasal ve mesleki hizmetler, Yiyecek, içecek vb. satın alınması, Malzeme ve üretim maddeleri alımı, Tamir, bakım, onarım, koruma, Reklam, tanıtım, yayın iyileştirme çalışmaları, Toplu hizmetler: ✓ Su, ✓ Gaz, ✓ Elektrik, ✓ Çevre vb., Ulaştırma, Lisanslar: ✓ İzin belgeleri, ✓ Sigorta primleri, Gayrimenkul ve araç-gereç kiralama, Mobilya ve demirbaş eşyalar, Borçların anapara ve faiz geri ödemeleridir. Gelir, kurumlar ve diğer vergiler, Amortisman, Yatırımcılara ve yabancı Sermayeye geri dönüş.	Muhasebeciler, Reklamcılar, Nalburiye dükkânları, Mimarlar Avukatlar, Bankalar, Esnaf ve zanaatkarlar, Otomobil acentaları - Fırınlar, bakkallar, Plaj yardımcıları, Kasaplar, Kasiyerler, veznedarlar, Hayır kurumları, Eczaneler, baharatçılar, Tezgâhtarlar, sekreterler, Giyim ağazaları, Kulüpler, Konfeksiyoncular, Mütahhithler, Yemekçiler, Rehberler, Mandıraçılar, sütçüler, Doktorlar, dişçiler, Büyük mağazalar, toptancılar, Kuru temizlikçiler, Elektrikçiler, Mühendisler ve uzmanlar, Çiftçiler, balıkçılar, Hamallar, taşıyıcılar, Oto tamir ve bakımçıları, Bahçıvanlar, Hediye eşya dükkânları, Yönetim: ✓ Eğitim, ✓ Sağlık, ✓ Demir-deniz ve karayolları, ✓ Toplu hizmetler, Finansmançılar, Emlakçılar, İthalatçılar, yöneticiler, Sigorta Şirketleri, Çamaşırhaneler, lokantalar, Medya, Yayınevleri, Matbaa, dizgiciler, Gece kulüpleri, barlar, diskolar, Araç-gereç satıcıları, musluk tamir-bakımçıları, Ressamlar, Kapıcılar, bekçiler, oda hizmetçileri. Gayrimenkul yapıcı ve satıcıları, Danışmanlar, yardımına başvuru alanlar, Hissedarlar, Boyacılar, Ulaştırma, seyahat acenteleri, Yöneticiler, Sendikalar.

Turizm ile istihdam ilişkisi her daim bu şekilde devam etmemektedir. Mevsim dışında ise istihdamda azalışlar öne çıkmaktadır. Bu da toplumsal açıdan sosyal maliyetlere neden olmaktadır. Bunlar etkenler arasında (Yıldız, 2011:68):

- Turizm sektöründeki iş gücü transferinin varlığı,
- Turistik işletmelere ait boyut,
- Demografik istihdam yapısının turizm işletmelerine yansımaları,
- Turizm sektöründeki eğitimli çalışanlar,
- Turizm sektöründe çalışma şartları,
- Turizm sektöründe iş değiştirme yer almaktadır.

### **3.5. Turizmin Çevresel Etkileri**

Turizm bir yörenin ekonomisi ve sosyo-kültürel yapısı üzerinde etkili olduğu gibi o yörenin fiziksel ve çevresel unsurları üzerinde de negatif ve pozitif yönde etkilere sahip bir endüstridir. Boğan ve Sarıışık (2016:327), turizmin pozitif çevresel etkisinin çevresel farkındalık ve daha iyi çevresel yönetim, tarihi kalıntıların restorasyonu, doğal ve kültürel mirasların korunması şeklinde ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Yazarlar turizmin ayrıca çevre üzerindeki negatif etkilerini şu şekilde sıralamışlardır.

- Doğal kaynak tüketiminde yaşanan artış,
- Sürdürülemez arazi kullanımı ve arazilerin bozulması,
- Turizm işletmeleri ve turistik faaliyetler sonucunda eko-sistemde değişimin yaşanması,
- Var olan altyapı üzerinde yoğunluk yaşanması,
- Hava, su, gürültü ve çevre kirliliğinin artması

Turizmin kendi faaliyet alanını geüştirebilmesi için, çevresel faktörleri gözönünde bulundurması, dünyanın gelmiş olduğu yeni anlayışlar çerçevesinde kaçınılmaz bir tavır olmuştur. Çevresini tahrip etmeyen turistik işletme, turizm bölgesi, alanı ve merkezi, turistlerin çekimi için en önemli cazibe merkezi kriterine sahip olmuş demektir. Bu yönüyle turizm sektörü, çevre kirliliğine sebep olabileceği gibi, bu kirliliği engelleyecek de en

kritik ve bu açıdan yeterli bir sektör konumundadır (Issı, 2011:116). Bu görüşlere göre turizmin çevresel etkileri konusu bir paradoks olarak görünmektedir. Turizmin gelişmesiyle bir yönden çevresel varlık ve değerler koruma altına alınırken diğer yandan turistik yoğunluğun artmasıyla çevresel kaynaklarda bir tükenme ve bozulma yaşanabilmektedir. Bu etkiye dayalı paradoks sosyo-kültürel yapıya etkiler konusunda geçerlidir. Issı (2011)'in çalışmasına dayanılarak turizmin çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri Tablo 3.12.'de özetlenmiştir.

Tablo 3.12. Turizmin Çevresel Etkileri (Issı, 2011:119)

Çevreye Olumlu Etkileri	Çevreye Olumsuz Etkileri
Tarihi ve doğal alanların kamulaştırılarak çevre kirliliğinin önlenmesi	Bitki örtüsünün tahribatı
Ekolojik dengeye hassasiyet göstermek	Su kalitesindeki bozulma
Gecekondu gibi çarpık yapılaşmayı önlemek	Doğal hayatın (fauna) tahribatı
Çevrede estetik bir yapının oluşmasına katkı sağlamak	Arazi kullanımında tahribat (tarihi sit alanlarının ve peyzajın bozulması)
	Gürültü kirliliği
	Mimari kirlenme ve alt yapıda meydana gelen yetersizlikler
	Trafik sorunları

Turizm-çevre ilişkisi, özellikle olumsuz çevre özelliklerinin turizm üzerindeki baskılarını görmemizi sağlamaktadır. Ancak "çevresel bozulmanın kaynağı turizmdir" neticesini araştırmalardan çıkarabilmek mümkün değildir (Issı, 2011:119). Turizmin hem ekonomik, hem sosyo kültürel hem de çevresel etkilerinin olumlu veya olumsuz olarak ortaya çıkmasında yerel halk ile turistler arasındaki etkileşimler ve turistlere yönelik tutumların önemli bir etkisi bulunmaktadır. Viren ve arkadaşları (2015) yaptıkları çalışmada "sosyal ağ teorisinden" bahsetmekte ve turizm sektöründe yer alan bütün kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen kuruluşların (otellerin, sosyal tesislerin, pansiyonların, restoranların, kafelerin, dernek ve vakıfların, STK'ların, yerel ve merkezi yönetimin) birbiriyle olan etkileşimlerinin turizm hizmetlerinin kolektif olarak tanıtılması, istihdam kaynaklarının paylaşılması ve turizm endüstrisinin yararına yönelik politikalar üzerinde işbirliği sağlanmasında önem taşıdığını belirtmektedir. Sosyal ağların incelenmesi, onları birbirine bağlayan resmi ve gayri resmi bağlantıların analiz edilmesi ortaya çıkacak sosyal sermayenin turizmi geliştirmede etkin olarak kullanılabileceğinden bahsetmektedirler. Bu anlamda turizm çok yönlü bir faaliyet olup, bu faaliyetin çevre,

sosyal yapı ve sakinlerin psikolojileri-algı ve tutumları üzerinde bir etkiye sahip olduğu gerçeği yadsınamaz.

### **3.6. Turizmin Toplumsal Etkileri**

Turizm olayının temelini insan ve insan toplulukları oluşturmaktadır. Bu bakımdan turizm; bir halkın dünya görüşünü, anlayışını ve diğer ülke insanlarına bakış açısını etkileyen sosyal bir olay niteliği taşımaktadır. İnsanların, turizm faaliyetlerine katılarak başka ülkelere seyahat etmeleriyle hem seyahat ettikleri ülke insanlarından etkilenmeleri hem de varış noktasındaki yerel halkı etkilemeleri söz konusudur (Demirbulat, 2012:55). Turizmin ev sahibi toplumlar üzerindeki sosyal etkilerini inceleyen bir araştırmada orada yaşayan sakinlerin değerlerinin, içsel özelliklerinin, tutum ve davranışlarının, yaşam tarzlarının daha derinden anlaşılmasının önemli olduğu, bunun turizm faaliyet ve planlamalarındaki başarıyı arttıracığı vurgulanmaktadır (Deery ve diğ., 2012: 64-65).

Turistler gittikleri yöredeki yaşam biçiminden, yöre halkı da turistlerin yaşam biçiminden etkilenmekte, bu durum yöre halkının yaşam biçiminin değişmesi ile sonuçlanabilmektedir. Ayrıca değişik düşünce değer ve yaşam biçimlerine sahip kimselerin turist ve yöre halkı olarak ilişkide bulunması “turist ve yöre halkı” ilişkisi adı verilen bir toplumsal ilişki biçiminin doğması ile sonuçlanmaktadır. Böyle bir ilişki, çeşitli biçimler alabilmekte; katılan bireyler için itici ya da çekici sonuçlara yol açabilmektedir. Turizmin toplumsal etkileri değer sistemlerinde, kişisel davranışlarda, aile ilişkilerinde, ortak yaşam tarzlarında, güvenlik düzeyinde, ahlak kurallarında, geleneksel törenlerde ve toplum örgütlenmesinde yolaçtığı değişimler çerçevesinde ele alınmaktadır (Kadanalı ve Yazgan, 2012:98-99).

Turizmin sosyal etkileri değerlendirilirken hem turistlerin hem de yerel halkın psikolojik durumları da göz önüne alınmalı ve değerlendirme birlikte yapılmalıdır. Psikolojik etkilerin sosyal etkiler göz ardı edilerek değerlendirilmesi sorunlu bir yaklaşımdır (Kim, ve diğ., 2015). Ancak turizmin sosyo-kültürel etkilerini ölçmek zordur. Sosyokültürel etkiler bazen yaşam kalitesi, değerler, normlar, toplum modeli ve çevresel zararlarla ilişkilidir. Turizm bölgesi etrafındaki insanların daha sağlıklı olması, orada yaşayan

kişilerin turistlerle kolayca etkileşimde bulunması, geniş düşünme biçimine sahip olmak, iyi alışkanlıkları taklit etmek, diğer insanların alışkanlıklarını anlamak, kültürel miras, geleneksel danslar, müzikler ve mutfak gibi kendi kültürünü korumaya istekli olmak, farklılıkları kabul etmek, temel ihtiyaçlarını (yemek, ev ve kıyafet) yerine getirebilmek ve insanları turist faaliyetlerine katkıda bulunmaya teşvik etmek gibi olumlu sosyo-kültürel etkiler olabileceği gibi, alkolizmi ve o bölgedeki suçlu oranlarını arttırması, sosyal eşitsizlik oluşturması, sakinlerin haklarını etkilemesi, insanların geleneklerine karşı çıkan turist davranışlarının olması gibi olumsuz etkileri de olabilmektedir (Pramanik ve İngkadijaya, 2018).

Bazı ziyaretçilerin gittikleri yerlerde 24 saatten az kalması, konaklamaması fakat konaklama dışındaki tüm turizm imkanlarından yararlanması orada yaşayan sakinler üzerinde sosyal, kültürel ve çevresel bazı baskılar oluşturabilmektedir. Turizm kendine özgü bir rekreasyon biçimidir ve sosyal çevresel unsurları yeni bir “mobilité” yaklaşımında birleştirmektedir. Ayrıca turizmin 24/7 kültüre hizmet etmesi, boş zaman faaliyetlerinde önemli bir yer tutması ve iş-eğlence arasındaki ayırımı bulanıklaştırması turizmin sosyo-kültürel yönüne vurgu yapmaktadır (Boniface, ve diğ., 2016).

Turizm başta demografik yapı, birey ve aile, toplumun geneli, üzerinde önemli etkilere sahiptir (Yenişehirlioğlu, 2018). Turizmin belirli bir toplum zerindeki etkileri iki açıdan değerlendirilebilir. Bu etkilerin bir kısmı sosyal yapıya ilişkin olup diğer etkileri ise kültürel yapıya ilişkindir. Turizm sosyal ve kültürel yapı üzerinde olumlu ve olumsuz olmak üzere birtakım etkilerde bulunmaktadır. Sosyal ve kültrel yapıya etkiler turistlerle yerl toplum arasındaki etkileşimler ve bunların yönü ve düzeyine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Turizmin sosyal yapıya olumlu etkileri şu şekilde sıralanabilir (Demirbulat, 2012:63-66):

- Farklı toplumlararası bilgi alışverişi ve turistlerle yore insanı arasında dostlukların kurulması
- Aile yaşantısında değişimler, kadınların iş hayatına katılımını arttırması
- Nüfus hareketliliğinin ve yöreye göçün artması, yerel halkın hoşgörüsünün artması
- Yöre insanının eğitim seviyesini arttırması, eğitilmiş işgücüne ihtiyacı arttırması

Bu etkileri ile birlikte bir yörede turizmin gelişmesine bağlı olarak yöre insanının turistlerin yaşam biçiminden etkilenme, örf, adet ve geleneksel yaşam şeklinde değişimlerin yaşanması ve sosyal sınıf eşitsizliği ve hayat pahalılığının artması gibi negatif değerlendirilebilecek etkileri de gündeme gelmektedir. Sosyal yapı üzerindeki bu etkilerin yanı sıra kültürel yapıya ilişkin bazı etkilerden de bahsetmek mümkündür. Kültürel yapıya etkiler arasında inanç ve davranış değişimi, ahlaki değer ve davranış değişimi, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yerel halkın dilinde yabancı sözcüklerin sayısının artması, yerel sanatın işlev ve anlamının değişimi ve turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi yer almaktadır (Demirbulat, 2012:63-66). Bununla birlikte, turistler ve yerel halk arasındaki ilişkiler sonucunda yerel toplumdaki ahlaki değerlerde bozulmalar, kaymalar ve daha serbest tutumlar görülebilmektedir. Turistlerin gündelik yaşam tarzları, tüketimleri, giyim tarzları yerel halk için tepki oluşturabilmektedir. Bu durumda gelenekselci yerel halk, turistleri “ahlakı bozan kişiler” olarak algılamaktadır. Tepkinin derecesi yerel halk ve turist arasındaki kültürel farklılıkların boyutuna bağlıdır (Kalem ve Deniz, 2018: 88).

Turizmin dini inanç ve tutumlar üzerindeki sosyo kültürel etkileri değerlendirildiğinde bu hususta tek yönlü değerlendirmelerin yapılması yerine karşılıklı ve çok yönlü ilişkilerin ortaya konulmasında yarar bulunmaktadır. Bir yörenin halkı gelen turistlerin inancından etkilenebileceği gibi gelen turistler de yöre halkının inancından etkilenebilirler. Bu karşılıklı etkilenme kendi inancından uzaklaşma şeklinde olabildiği gibi kendi inanç ve davranışlarını yayma ve daha güçlü yaşama şeklinde de ortaya çıkabilir. Ancak bu alandaki çalışmalar turizmin inanç ve davranışlardan uzaklaşmayı ifade eden seküler dünya görüşünün toplumda yaygınlaşmaya dönük etkilerini ortaya koymuştur.

Turizmin toplumsal etkilerinin incelendiği bir araştırmada turizmin yerel toplum ve destinasyon üzerinde olumsuz anlamda şu etkiler gösterdiği belirtilmiştir (Özel, 2014):

- Zaman içerisinde misafirperverlik ve dayanışma duygusu ve eğilimlerini azalması
- Yerel toplumun çalışma ve yaşam biçimini etkileyerek aile yapısı üzerinde değişimler meydana getirmekle aile bağlarını zayıflatması (aileye yeterli düzeyde zaman ayrılmaması gibi)
- Bölgeye göçlerin artmasıyla asayiş sorunlarının artması,

- Çeşitli kaygılarla (ekonomik, sebepler, vize alma vb.) yabancılarla evliliklerin artması ve beraberinde boşanmaların da artması,

Bu tür negatif etkilerle birlikte turizm insanların kültürel yapılarını korumak ve değerlerine sahip çıkmak ve gereken önemi vermek gibi etkileri de tartışılmıştır. Turizmin ulusal bilince pozitif katkısının olduğu yerli halkın sahip olduğu kültürel değerlerle övünerek bunları korumaya çalıştığı ifade edilmiştir. Bu noktada turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin azaltılmasında toplum temelli turizm anlayışının hayata geçirilmesi önerilmiştir. Buna göre kırsal alanda yaşayan yerel toplumun yararını amaçlayan turistik faaliyetlerin kültürel değerler dikkate alınarak yapılması, yerel toplumla turistler arasında işbirliğinin geliştirilmesi, kazanımların adil paylaşımı, turistik kazancın bir bölümünün kültür ve tabiatın korunmasına ayrılması ve yerel halkın turistik kalkınma planlarında katılımının sağlanması gibi önlemler üzerinde durulmuştur (Yenişehirlioğlu, 2018:361-362). Turizmin kültürel yapıya ilişkin etkilerle ilgili değerlendirmelerde özellikle turizmin dini inanç, ahlaki değer ve davranışları değiştirmesi yönündeki etkileri, turizm ve dini yönelim ilişkilerinin irdelenmesini gündeme getirmektedir.

Turizmin olumsuz toplumsal etkilerinin azaltılmasında toplum temelli turizm anlayışı ile birlikte yerel toplumun tutizmi desteklemesinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Pamukkale yöresi ile ilgili yapılan bir çalışmada yerel halkın turizmi desteklemesi, turizmin sosyo kültürel etkilerini olumlu yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Örneğin yöre insanı için rekreasyonel faaliyet alanlarının artması nedeniyle yöre halkının turizmi desteklediği ifade edilmiştir. Bu çerçevede olumsuz etkileri azaltmak açısından yöre halkına, turizm işletmelerinde çalışanlara, esnafa, yerel yönetimin temsilcilerine, turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerini azaltıcı, kültürel aktiviteleri çeşitlendirici ve kültürel değişimleri destekleyici eğitimlerin verilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Bununla birlikte yöre halkı, turizmin, ziyaretçilerin kültürlerini ve sosyal yaşamlarını anlamada, onlara kültürümüzü anlatmada, geliştirmede ve korumada yardımcı olduğunu düşünmektedir (Bertan, 2010:91).

Turizm, bir bölgenin ekonomik açıdan gelişmesi için önemli bir unsurdur. Fakat turizm bir yandan gelişmeye katkıda bulunurken, diğer yandan o yeri ekonomik, çevresel ve

sosyo-kültürel yönden olumlu ve olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etkilere en çok maruz kalan ise o bölgede yaşayan yerel halktır. Bu nedenle yerel halkın turizme bakışı ve turizmi nasıl algıladığı önem arz etmektedir (Işık ve Turan, 2018:101). Türkiye’de turizmin toplumsal etkilerini ve yerel toplumun turizme ve turistlere bakış açlarına yönelik çok sayıda araştırma yapılmıştır. Araştırmaların bir kısmında turizm olumlu ve desteklenmesi gereken bir faaliyet olarak ön plana çıkarken bir kısmında ise turizmin negatif toplumsal etkilerinin dha fazla olduğu tespit edilmiştir. Örneğin Afyonkarahisar’da yapılan araştırmada yerel halkın genel olarak günümüze kadar turizmin ildeki gelişim sürecine olumlu yaklaştığı, ilin doğal, tarihi ve kültürel potansiyelinin turizmin gelişimine müsait olduğundan turizm yatırımlarının artması gerektiğini düşündüğü tespit edilmiştir (Özdemir ve Kervankıran, 2011).

Benzer bir araştırma da Kayseri’de yaşayan insanların turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo kültürel etkilerini nasıl algıladığı incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre kadınların erkeklere oranla turizm algısının daha olumsuz olduğu ve eğitim düzeyi yükseldikçe turizm sektörüne verilen desteğin orantılı olarak arttığı tespit edilmiştir. Ayrıca, Kayseri’de yerel halkın turizm sektörünün gelişmesine olumlu yaklaştıkları ve bu bağlamda sektörün gelişimini destekledikleri belirlenmiştir. Son olarak, turizm sektörünün ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik mevcut algının genelde olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Şanlıoğlu ve Erdem, 2017).

Turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin incelendiği bir çalışma da Dalyan destinasyonuna (Muğla) yönelik yapılmıştır. Çalışmada yerel toplumun turizmin etkilerini olumlu ve olumsuz algılama durumuna göre turizmin sosyo kültürel etkilerini değerlendirdikleri belirtilmiştir. Bu anlamda turizmden ekonomik kazanç sağlayan turizm esnafı ve turizm çalışanlarının (turizmin sosyo kültürel etkilerini olumlu bulan kesimler), bölgede yaşayan diğer meslek gruplarına göre, turizmin etkilerini daha olumlu algıladıkları ve turizmi desteklemeye daha çok eğilimli oldukları tespit edilmiştir (Türker ve Türker, 2014).

İzmir il merkezi için yapılan bir araştırmada turizmin sosyo-kültürel etkilerinin algılanmasında cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumunun etkili olduğu tespit



edilmiştir. Bu çerçevede soyo kültürel etkiler ile ilgili şu tespitler ön plana çıkmıştır (Işık ve Turan, 2018:127-133):

- Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyokültürel negatif etkilere yönelik algısının daha fazladır.
- Evli katılımcıların bekâr katılımcılara göre sosyokültürel negatif etkileri daha fazla algılanmıştır. (Evli bireylerin aile kültürüne, gelenek ve göreneklere daha bağlı olduğu için turistlerin bu yapıya zarar vereceklerini düşüncesi ile açıklanmıştır)
- Eğitim seviyesi düştükçe sosyokültürel negatif etkilere olan algının artmıştır.
- Araştırmada gelir durumu ve meslek gruplarına ilişkin yapılan değerlendirmelerde ise turizmin sosyo-kültürel etkilerinin algılanması konusunda bir farklılık tespit edilmemiştir.

Beypazarı (Ankara) destinasyonuna yönelik yapılan araştırmanın sonuçları ise turizmin toplumsal etkileri konusunda çarpıcı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Çetin (2009:29) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre;

- Yöre halkı Beypazarı'na gelen zengin turistlerin halkın yaşam tarzını olumsuz yönde etkilediğine büyük oranda katılmamaktadır.
- Beypazarı halkının tamamına yakını turizmin turistler ile yerli halk arasında karşılıklı kültürel etkileşime yol açtığını düşünmektedir.
- İş imkanlarının artmasıyla yöre halkının büyük şehirlere göç etmesini azaltmıştır.
- Yöre halkında turizm değerlerini koruma bilinci gelişmiştir. Özgünlüğün ve kimliğin tehdit altında olma ihtimali de bir senaryodur.

Turizm endüstrisinin genel toplumsal etkileri ele alınırken turizmin alternatif türlerinin toplumsal etkileri de ele alınmaktadır. Çünkü turizmin sosyo-kültürel etkilerinin en bariz bir şekilde görüldüğü alanlar daha çok kırsal alanlar olmaktadır. Bu bağlamda Kadanalı ve Yazgan (2012), kırsal turizmin sosyo kültürel etkilerini incelemiştir. Yazarlara göre kırsal turizm ile kırsal alanda yer alan hizmetlerde ve kalitelerinde artış sağlanabilmektedir. Kırsal alanların turistler tarafından ziyaretiyle kültür alışverişiyle beraber kırsal halkın dışa açılması sağlanabilecektir. Bununla birlikte kırsal turizmden beklenen sosyo-kültürel yararların sağlanması için öncelikli olarak yerel halkın gönüllü

olmasının önemi üzerinde durulmuştur. Bir diğer çalışmada da Uçar ve arkadaşları (2012) Fethiye örneği üzerinden kırsal turizmin sosyo kültürel etkilerini araştırmışlardır. Yazarlar, yerel halkla yaptıkları yüzyüze mülakatlar sonucunda, aktif olarak turizmde çalışan ya da bölgedeki turizm faaliyetlerinin farkında olan yerel halkın, kırsal turizme sıcak baktığı, ancak kendine ait yaşam alanlarında gerçekleştirme konusunda çekimser kaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Ancak yerel halkın kırsal turizmle ilgili en önemli tedirginliğinin, gelen turistlerin bölgenin kültürel değerlerini yıpratacağı konusunda olduğu tespit edilmiştir. Yerel halkın ürünlerinin değer kazanmasından ve kırsal turizm faaliyetlerinden memnun olmakla birlikte var olan kültürün aşınmasından da endişe duymaktadır.

### **3.7. Turizmin Algılanması ve Turistlere Yönelik Tutumlar**

Turizm hareketlerinin belirleyicisi olan turist, turizme yön veren, sürekli yerleşme amacı olmadan, dinlenme, eğlenme, inanç ve boş zamanlarını geçirme gibi faaliyetlerini ticari kaygı taşımadan geçiren, sportif, idari, bilimsel, diplomatik ve benzeri nedenlerle seyahat eden ve toplantılara katılım sağlayan seyahat süresinde ekonomik katkı sağlayan ve temel amaç olarak psikolojik tatmini arayan ve en az bir gece konaklama sağlamış olan gününbirlikçi kişi olarak tanımlanmaktadır (Yağcı, 2003:12).

Turiste ve turizme bakışın bir çok değişkeni olup bu değişkenler demografik özelliğe ve sosyal yapıya göre farklılık gösterebilmektedir. Bu faktörlerden ilgili yapılan bir araştırmada cinsiyet, meslek, yaş, gelir ve eğitim seviyesi gibi demografik değişkenlerin turizme bakış açısını anlamlı bir şekilde farklılaştırdığı tespit edilmiştir (Alaeddinoğlu, 2007).

Dış kaynaklı turizmin yerel halk tarafından nasıl algılandığı ve yerel toplumun (Alanya ve Gazipaşa örnekleri) turiste bakış açısının incelendiği bir çalışmada (Tayfun ve Kılıçlar, 2004), turizmin pozitif etkileri arttıkça (yöreye yatırımların artması, iş imkanı sunması, halkın görgüsünü arttırması gibi) halkın turizm algısı ve bakış açısının pozitif, tersi durumda ise negatif şekilde oluştuğu tespit edilmiştir.

Turizm olayına yön veren turistler ile yerel halk arasında iletişim söz konusudur. Çünkü ev sahibi toplumdaki yerel halk, turistlerle aynı ortamı paylaşmaktadır. Bu bağlamda, turistler ile yerel halk arasındaki ilişkilerin olumlu yönlerden geliştirilmesi, yerel halkın turistlere karşı tepkisini azaltabileceği gibi turistlerin de yöre hakkındaki önyargılarını ortadan kaldırmalarına da yardımcı olmaktadır (Demirbulat, 2012:55-56). Kuşadası halkının turizme bakış açısının incelendiği bir araştırmada turizm geliştikçe, turistlere karşı başlangıçta hoşgörülü davranan halkın, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan uzun dönemde sağlayacağı fayda konusunda giderek daha kuşkucu olduğu savının Kuşadası gibi ekonomik olarak turizme bağımlı bölgelerde geçerli olup olmadığı sınıamışlardır. Çalışma sonucunda turizm getirilerinin Kuşadası halkının büyük bir bölümü tarafından bölüşülmediği, halkın çoğunluğunun düşük gelir grubuna dahil olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Buna rağmen halkın turizme olumlu yaklaştığı, ekonomik beklentilerini turizm sayesinde karşılayabileceklerini düşündükleri ortaya çıkmıştır (Demirbulat, 2012:56).

Boğan ve Sarıışık (2016:328-329) yerel halkın turistlere yönelik tutumunu etkileyen çok sayıda faktörün bulunduğunu belirtmişlerdir. Yazarların görüşlerine göre turistlere yönelik tutumların şekillenmesinde;

- Bölgede yaşama süresi
- İkamet edilen yerin turizm bölgesine olan uzaklığı
- Ekonomik olarak turizme olan bağlılık
- Destinasyonun yaşam eğrisindeki konumu
- Kişinin destinasyonun yerlisi olup olmama durumu ve
- Demografik değişkenlerin etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Cengiz ve Kırkbir (2007) bir yörede turizme ve turistlere bakış açısı ve turizm algısının şekillendmesinde turizmin toplam etkilerinin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Yazarların yaptığı çalışmada turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarının turizmin toplam etkisini farklı derecelerde belirlediği ve turizmin toplam etkisinin de yerel halkın turizme destek vermesini şekillendirdiği sonucu bulunmuştur. Araştırma sonuçlarından

bir toplumun turizme destek vermesi veya turiste karşı ktemel algısı turizmin toplam etkilerini olumlu görmesi ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Bir yörede turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle birlikte yerel halkın turistlere yönelik tutumunun 4 aşamada ele alınabileceği belirtilmiştir. Bu aşamalar mutluluk, ilgisizlik, kızgınlık ve düşmanlıktır (Avcıkurt, 2015). Turizmin etkileri ile yerel halkın turizme yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik olarak ilk olarak Doxey bir model önermiştir. Doxey (1975) geliştirdiği irridex (kızgınlık) modeli ile turizmin geliştiği bölgelerde bazı evrelerden geçtiğini belirtmiş ve bu evreleri modelde ‘hoşnutluk’ ‘ilgisizlik’ ‘kızgınlık’ ve düşmanlık’ evreleri olarak gruplandırmıştır. Model daha sonraki yıllarda yapılan araştırma sonuçları ile geliştirilmiş, yerel halk tutumlarının turizm gelişim sürecinin ilk dönemlerinde olumlu iken ilerleyen evrelerde olumsuzla döndüğü vurgulanmıştır. Model ile yerel halk tutumlarının turizm gelişim evreleri çerçevesinde tek yönlü (olumludan olumsuzla) değiştiği vurgulanmakta, yerel halk tutumlarının her evrede homojen bir nitelik taşıdığı belirtilmektedir. Bunun yanında turizm gelişim evreleri boyunca yerel halkın sosyoekonomik ve sosyo-kültürel yapısı ve özellikleri çerçevesinde turizm gelişimine yönelik tutumların heterojen (çok boyutlu) bir yapı sergilediği de vurgulanmıştır (Duran ve Özkul, 2012:503).

Boğan ve Sarıışık (2016:329)’ın çalışmasında belirtilen “destinasyonun yaşam eğrisindeki konumu” faktörü bağlamında destinasyonun gelişimine bağlı olarak turistlere karşı tutumların değiştiği dile getirilmiştir. Yazarlara göre bu alanda yapılan araştırmalar farklı sonuçlar ortaya koymuştur. Farklı destinasyonlar üzerinde yapılan araştırmalar, yerel halkın başlangıçta turizmden beklentilerinin yüksek ancak destinasyon geliştikçe turizme olan desteklerinde bir azalmanın söz konusu olduğu; destinasyonun ilk gelişim ve mutluluk aşamasında turizmi güçlü bir şekilde destekledikleri ancak destinasyonun olgunluk aşamasında yerel halkın turizmi daha az desteklediğini ortaya koymuştur.

Akova (2006:1) Cumalıkızık kültür destinasyonundaki yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin tutumların belirlenmesine yönelik yaptığı araştırmada, bölgeye gelmesi istenen turist tipi ve milliyeti, turizme yatırım fikri, aileden birinin turistik tesislerde çalışmasına onay ve turizm planlarına katılım düşüncesi ile ilgili yöre halkının fikirlerine

başvurmuştur. Yazarın araştırmasına göre algılamalarla ilgili olarak yerel halkın özellikleriyle turizmin etki faktörleri arasında 2001 yılında yirmidokuz, 2003 yılında kırkiki anlamlı farklılık belirlenmiştir.

İnsanların turizme karşı tutumlarında turizm aracılığıyla ortaya çıkan ekonomik, çevresel ve sosyo kültürel etkilerin olumlu olmalarının önemli bir etkisi bulunmaktadır. Özellikle turizmden ekonomik kazanç sağlamak ve turizm sektöründe çalışmak, turizme turistlere karşı algıların pozitif olmasına katkı sağlamaktadır. Girit adasının yerleşimcileri ile yapılan bir araştırmanın sonuçları bu görüşleri desteklemiştir. Andriotis (2005) tarafından yapılan araştırma bir destinasyonda turizmin pozitif algılanmasının sürdürülebilirlik açısından oldukça önemli olduğunu ortaya koymuştur. Yazar yerel toplum-turist etkileşimini “sosyal takas teorisi” çerçevesinde ele almış ve turizm faaliyetlerinden beklediklerini alan kesimlerin turistlere karşı yaklaşımının olumlu olduğunu vurgulamıştır.

Literatürde insanların dini yönelimlerinin ve seküler dünya görüşlerinin turizm algısına ve turistlere yönelik tutumlarına ilişkin yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle seküler dünya görüşü ve turizm algısı ile ilgili bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bununla birlikte sosyo ekonomik değişkenlerin (eğitim durumu, gelir meslek gibi) turizmin etkileri ve turizme bakış açısına yönelik ilişkisel çalışmalara rastlanılmaktadır. Bu çalışmada mevcut literatüre katkı olarak üç ilde yaşayan yerel halkın turistlere yönelik tutumlarında hem dini yönelim, seküler dünya görüşü ve toplumun sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerinin turizmin algılanması ve turistlere yönelik tutumlar üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Bu amaçla ilişkisel modelde nicel bir araştırma tasarlanmıştır.

### **3.8. Dini Yönelim ve Sekülerizm Bağlamında Turizm Algısı**

Araştırmanın iki temel kavramı olan dini yönelim ve seküler dünya görüşünün turizm, turist ve turizmin etkilerinin algılanması açısından irdelenmesi gerekmektedir. Bu başlık altında dini yönelim ve sekülerleşmenin bu çerçevedeki etkileri ele alınmıştır.

### 3.8.1. Dini yönelim ve turizm algısı

İlk insan ile başlayıp günümüze kadar devam eden bir “kurum” olan din ve “dinî inanışlar”; insanlık tarihinin her döneminde ve insanın olduğu her yerde varolmuştur/ varolmaktadır. Bütün bunlar; “din”in insanlık için hâlâ önemini koruduğunu, bir ihtiyaç olduğunu ve toplumu ayakta tutan temel esasların başında geldiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda da din her türlü sektör ve alan ile ilgili olarak bir etkileşim/ iletişim içerisinde olmuştur. Bu etkileşim/iletişim alanlarından bir tanesi de turizmdir. Din ve turizm ile sıkı bir etkileşim/iletişim içerisinde. Çünkü turistler, gittikleri ülkelerde dinî yapıları da ziyaret etmektedir. Din ve turizm arasındaki ilişki, sadece mekânsal anlamda değil, kültürel ve tarihî gibi birçok alanda da söz konusu olmaktadır (Küçük, 2013:102).

Turizm ve din arasındaki ilişki zaman içerisinde değişmiştir. Din, geçmişte olduğu gibi bugün de bir turizm şeklidir. Birçok turist inandığı dinin veya farklı dinlerin dini törenleri gözlemlemek için o destinasyona ziyaret eder. Dini törenler aynı zamanda yerel kültür kimliğini de güçlendirmektedir. Ancak bu dini törenlere ibadet amaçlı katılanlar için bu törenler turistler için ifade ettiği eğlence anlamından çok daha farklı bir anlam olan manevi, ruhani rahatlama anlamı taşımaktadır. Bu açıdan bakıldığında turistlerin dini merasimlerde herhangi yersiz davranışları orada ibadet amaçlı bulunan yerel halk açısından oldukça rahatsız edici olmaktadır (Yıldırım ve Deniz, 201: 89).

Literatürde din ve turizm ilişkisi genel olarak insanların dini amaçla yaptıkları seyahatlerin kapsamına yönelik tartışmaları içermektedir. Örneğin, din ile turizm arasında bir ilişki ve etkileşimden bahseden Küçük (2013:15) inanç turizmi çerçevesinde duyguların tatmin olması ve çeşitli isteklerin gerçekleşmesi gibi çeşitli duygu ve düşünceler içerisinde kutsal kabul edilen yerlere yapılan ziyaretlerin geçmişte de günümüz ve gelecekte de mevcut olduğunu/olacağını ifade etmiştir. Yazarın çalışmasında belirtildiği üzere göre turistler, din başta olmak üzere kültürün aşırı tüketicileri olarak kabul edilmektedir. Çünkü dindar insanların çoğu, kendi dinlerini turistik tüketime yönelik nesnelleştirmek amacı ile turistik faaliyetleri benimsemektedir. Bunu sadece finansal kazanım için değil aynı zamanda başkalarını kendi dinine çevirmeye çalışmak için de yaptıkları söylenmektedir. Bu çerçevede dindar gruplar,

kendilerini ve dinlerini mümkün olduğunca en iyi şekilde anlatma veya gösterme amacı ile turistlerin dikkatinden faydalanmaktadır (Küçük 2013:108).

Din ve turizm ilişkisinde semavi dinler (İslamiyet Hıristiyanlık ve Yahudilik) ve diğer dinlerin kutsal mabedlerinin turist akınına uğradığı, insanların inanma ihtiyacından ortaya çıkan seyahatlerin turizm hareketleri içinde önemli bir yer tuttuğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte İslamiyet özelinde dinin turizme bakış açısını ele alan çalışmalara da rastlamak mümkündür. İslam ve turizm ilişkisini ele alan Süt (2014:479)'e göre, Kuran-ı Kerim'de seyahat ve benzeri kavramların örgüsüne bakıldığında, insanın, yeryüzünde dolaşması, doğayı müşahede etmesi, geçmiş milletlerin tarihini incelemesi, buradan birtakım dersler çıkarması, iktisadi kazanımlar için yeryüzüne dağılması ve var olan ilahi nimetlerin elde edilmesi gerektiği görülmektedir. Hz. Peygamber de bu amaçlarla birçok seyahat gerçekleştirdiği gibi insanları da teşvik etmektedir. Bu hususlar dikkate alındığında İslam'ın itikadi, ticari, bilimsel ve kültürel vb. alanlarda faydalı ve meşru kazanımları elde etmek için turizmi teşvik ettiği söylenebilir.

Din ve turizm ilişkisi genellikle dinin turistik seyahatlerin bir kaynağı veya sebebi olması yönüyle ele alınmıştır. Tekin (2014)'nin ifade ettiği gibi din, insanlık tarihi boyunca bireylerin seyahat etmesinde etkili bir kavram olmuştur. Turizm eylemi, geçmişten bugüne dek birçok dinden, özellikle; İslam, Hıristiyanlık, Musevilik, Budizm, Sihizm ve Hinduizm'den etkilenmiştir. Müslüman bireylerin, İslam tarihinin ilk dönemlerinden beri aktif olarak seyahate katılması, bu dinin mensuplarından dünya tarihine mal olmuş seyyahların çıkması, İslam dininde seyahate yönelik olumlu bir kanaatin var olduğunu düşündürmektedir. Ancak, İslam dininde, bu özel örneklerin dışında bireylerin seyahate çıkmasını teşvik eden çeşitli kaynaklara da ulaşmak mümkündür. Özellikle Kur'an-Kerim'de ve çeşitli hadislerde, seyahatin insanlar için iyi ve faydalı bir eylem olduğu ve Müslümanların bu tür eylemlere İslami emir ve yasaklara uyarak katılmaları tavsiye edilmiştir. İslam felsefesinde Allah'ın yüceliğini kavramanın, O'nun yarattığı şeylerin zenginliği ve güzelliğini görmekle de mümkün olabileceği değerlendirilmektedir (Tekin, 2014:750-753).

Din her türlü sosyal ve kültürel faaliyette önemli bir belirleyiciliğe sahiptir. Sosyal ve kültürel bir faaliyet olan turizmde de din etkin bir rol oynamaktadır. Dinin turizm etkinliklerindeki konumu, belirleyiciliği, sınırlarını belirlediği çerçeve çok önemlidir. Din, hayatın her alanında varlığını hissettirdiği gibi özellikle toplumun düşünce dünyasının ve davranışlarının belirlenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca ekonomik, sosyal ve kültürel yaşama ilişkin anlayışın oluşmasındaki rolü aşikârdır(Süt, 2014:480).

Turizmde önemli unsurlardan birisi de ağır lanma, misafirperverliktir. İslam kültüründe misafir ve yolcunun ağır lanması büyük bir erdem olarak telakki edilmektedir. Günümüz turizm anlayışında turist salt ticari bir figür olarak görülürken, İslam toplumlarında misafir, Allah misafiri olarak telakki edilmiştir. Bu noktada toplumun düşünce ve davranışlarını etkileyen dini referansların aynı zamanda turizm algısını da belirlediği söylenebilir (Süt, 2014:487). İslam ve seyahat-turizm ilişkisini ifade eden görüşler İslami inancın seyahat ve turizm olgularına ve turistlere yönelik pozitif bakış açısını desteklediğini göstermektedir.

Dinin seyahat ve turizm olayına bakış açısının pozitif yönlü olması dini yönelimi güçlü insanların turizme ve turizmin etkilerine ve turistlere ilişkin algılamalarının ele alınmasını gerektirmektedir. Dini inanç ve yönelimin turizm algısını nasıl etkilediği sorusunu yanıtlamak üzere çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Yılmaz ve Güler (2017:18) Türkiye’de muhafazakâr kesimin değişimi göz önüne alınarak bu kesimin turizm ve tatil olgusuna bakışını incelemiştir. Yazarların çalışmasında muhafazakâr değerlere sahip kitle tarafından “tatil” olgusunun olumsuz bir imgeye sahip olduğu belirtilmiştir. Buna bağlı olarak da turizm ve turizm etkinliği, bu kesim tarafından eleştirel bir şekilde yorumlanmıştır. Yerel kültürel değerleri yozlaştırıcı ve bozucu yönüyle değerlendirilen turizm, uzun yıllar muhafazakâr kesim tarafından bir iktisadî etkinlik olarak görmezden gelinmiş, tatil ise israf olarak görülerek sefih bir iş olarak algılanmıştır. Bununla birlikte Muhafazakar kesimin değişen ekonomik-siyasi koşullar ile dünyaya ve tüketime bakış açısı zamanla değişmiş ve muhafazakârlar için tatil yapmak bir ihtiyaç kalemi hâline gelmektedir. 1970’lerin turizmi olumsuzlayan bakış açısı yerini, bu grup için turizmi bir iktisadî etkinlik, tatili de gündelik bir gereksinim olarak gören anlayışa bırakmıştır.



Dini yönelim ve turizmin etkilerinin algılanması ile ilgili bir araştırmada (Şentürk ve Toprak, 2011); toplumun dini konularda aydınlatılmasında ve yönelendirilmesinde önemli etkileri bulunan din görevlilerinin (müftüler, imamlar, müezzinler) turizmin sosyo-kültürel, eğitsel ve ekonomik etkileri ile ilgili düşünceleri araştırılmıştır. Toplam 174 din görevlisine yönelik yapılan araştırmanın sonuçları din görevlilerinin turizmin sosyo-kültürel etkilerini olumlu algıladığını ortaya koymuştur. Din görevlilerinin bakış açısına göre turizm faaliyetleri, toplumu, ekonomik, eğitici ve sosyo-kültürel açıdan teşvik etmek bakımından olumlu etkilemektedir.

Din gerek turist davranışları gerekse turistleri ağırlayan toplumların davranışlarını etkileme bakımından turizm sektörü ile ilişki içindedir. Gezilecek yerlerden alışverişe ve alışverişte pazarlık yapmaya kadar pekçok konuda din ve dini yönelim olguları birey ve toplum üzerindeki etkilerini göstermektedir(Poria ve diğ., 2003). İnsanlığın gelişimi ve toplumsallaşması üzerinde büyük etkileri olan Din olgusu insanların algılarını ve davranışlarını ve aynı zamanda insanların değerlerini ve topluma ve bireylere yönelik yaklaşımlarını etkilemektedir. İran'da iki turistik destinasyon üzerinde yapılan araştırmada yerel toplumun islami inancının turizmin sosyo kültürel etkilerini pozitif algılamada etkili olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle İslam inancına (islamic belief) ve islami ibadete (islamic paractice) pozitif bakan yerel toplumun turizmin sosyo-kültürel etkilerini negatif algılamadığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte islam dindarlığı (islamic piety) algısına göre, turizmin altyapı, yaşam kalitesi ve kültürel faaliyetlere yönelik etkilerinde anlamlı farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur (Zamani-Farahani ve Musa, 2012).

Din ve turizm algısı ile ilgili literatürde özellikle islami dindarlığın, bu çalışmanın bakış açısıyla dini yönelimin turizme ve turistlere yönelik bakış açısı üzerindeki etkilerinin oldukça sınırlı düzeyde araştırmaya konu olduğu vurgulanmıştır (Eid ve Gohary, 2015). Bu çalışmada bu konuda literatüre katkı sağlamayı hedeflemiştir.

### 3.8.2. Sekülerleşme ve turizm algısı

Seküler zihin yapısını anlamada “secular” kelimesine yüklenen anlamların ortaya konulması gerekmektedir. Bu bağlamda İngilizce’de “secular” kelimesi, bu dünyanın işleri ile ilgili olup, spiritüel ya da kutsalla ilişkili olmayan; dini ve dini inançlarla ilgili olmayan; dini kurallara ve idareye bağlı olmayan; şimdiki çağ ya da yüzyılda olan gibi anlamlara gelmektedir. Sekülerlik ise bir kısmı yukarıda belirtildiği gibi sanat, edebiyat, eğitim, felsefe, ahlak ve genel olarak kültürde dinin etkisinin azalışını ifade etmektedir. Seküler bir zihnin genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Tekin, 2012:185-186):

- Dini aktivite, gruplar ya da fikirlerin toplumun diğer karakteristiklerinden ayrılmış bir zihin
- Dini inançları olan ancak dini kurumlardan kopmuş bir zihin
- Aktiviteler bağlamında dini karakterden dünyevi karaktere dönüşmüş bir zihin
- Nihai olandan hemen olana dönüşmesini istemiş bir zihin

Dini yönelimi güçlü insanlarla seküler özelliklere sahip insanların değerleri, normları, kişisel bakış açıları birbirinden farklı olduğundan (Weisel ve Zaidman, 2003) turizme ve turistlere yönelik tutumlarında da farklılıkların olması beklenmektedir.

Turizm olayının temelini insan ve insan toplulukları oluşturmaktadır. Bu bakımdan turizm; bir halkın dünya görüşünü, anlayışını ve diğer ülke insanlarına bakış açısını etkileyen sosyal bir olay niteliği taşımaktadır. İnsanların, turizm faaliyetlerine katılarak başka ülkelere seyahat etmeleriyle, hem seyahat ettikleri ülke insanlarından etkilenmeleri hem de varış noktasındaki yerel halkı etkilemeleri söz konusudur (Demirbulat, 2012:55).

Turizmin inanç ve değerler üzerindeki etkileri pek çok çalışmanın konusu olmuştur. Birçok gözlemci turizmin dinsel inançları zayıflattırıp, dinsel davranışları azalttığı görüşündedir. Turizmin geliştiği yörelerde, yöre halkının davranışlarında, inanç ve değerlerinde giderek azalmalar olduğu belirlenmiştir. Turizm, farklı inanç ve görüşteki toplumları bir araya getirmekte ve yerel halkın turistleri taklit etmesiyle geleneksel

kültürde değişimlere sebep olmaktadır. Özellikle genç yaştaki bireylerde dini inanış ve değerlerde bir takım bozulmalar gözlemlenmiştir. Bu durum turistler içinde geçerli olabilmektedir. Çünkü normalde bireylerin yerine getirdikleri dinsel inanışlarının gereği olan davranışları(kiliseye gitme, pazar ayinlerine katılma, camiye gitme vb.) aksattıkları ya da yapmadıkları görülmektedir. Buna en büyük etken tatil psikolojisinin vermiş olduğu rahatlık duygusudur. Ayrıca daha önce değinildiği gibi, normal hayatlarında dini olarak yasak olan şeyleri(kumar, uyuşturucu, alkol, fuhuş vb.) yapmamalarına rağmen tatil esnasında yapabildikleri görülmektedir (Ersoy, 2017:64-65).

Bir çok ülkede turistlerin gelmesiyle, değer ve inanç yapısının değiştiiği, giyim ve yaşam biçiminde geleneksel kalıpların terk edildiği dilde yabancı sözcüklerin arttığı gözlemlenmiştir. Turizmin aynı zamanda dinsel inançları zayıflattığı ve dinsel davranışları azalttığı belirlenmiştir. Bazı gözlemcilerde turistlerin yerli halkın dinsel inanışlarını büyük ölçüde değiştirdiği hususunda kuşkuludurlar. Dinsel inançlardaki değişiklikler, toplumsal yaşamda gittikçe artan maddiselleşmenin bir parçasıdır ve bu gelişme, endüstri ülkelerinde gelişmeden pek değişik değildir (Civelek, 2010: 343). Gürbüz (2002) turizmin sosyolojik etkilerini değerlendirdiği araştırmasında özellikle küçük yerleşim birimlerinde bu etkilerin daha çok aile içi iletişim bozukluğu, gelenek-göreneklerin değişikliği, dini sorunlar, dini duyguların zedelenmesi ve kültürel değişimler olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Chilembwe (2014) de konu ile ilgili olarak turizmin kültürel değerlerde erozyona yol açan ve belirli geleneklerin kaybolması ile sonuçlanan etkilerine değinmiştir. Yazar insanların işe, paraya ve insan ilişkilerine yönelik anlayışlarının turizmin gelişmesi ile değişim gösterdiğini ve kimi zaman insanları birarada tutan inanç, din ve estetik bağları yıktığını vurgulamıştır.

Turizmin sosyal ve kültürel yapıya etkileri ile ilgili görüşler, bu etkilerin özellikle inanç, değer ve dini duygular konularında ortaya çıktığını göstermektedir. Bu yöndeki etkiler, insanların dini değerlerinin değişimi ve dönüşümünü ortaya çıkarmaktadır. İnanç ve anlayıştaki değişimler sekülerleşme ile birlikte düşünüldüğünde turizmin geliştiği yörelerde seküler dünya görüşünün daha fazla ön plana çıkması şeklinde değerlendirilebilir. Sekülerleşmenin artmasıyla insanların turizme ve turistlere yönelik bakış açılarının da değişmesi (olumlu veya olumsuz) kaçınılmazdır. Bununla birlikte

literatürde seküler dünya görüşüne sahip insanların turizmi nasıl algıladığına ilişkin teorik veya uygulamalı bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Bazı araştırmalarda (Svoboda ve diğ., 2013 ve Arslan, 2015 gibi) dini yönelim ve sekülerleşme eğilimlerinin iç içe geçebilecek olgular olduklarını göstermiştir. Bu görüşlere göre özellikle turizm aktiviteleri ile biraraya geldiğinde, birbirine görünürde zıt olan dini yönelim ve sekülerleşme eğilimleri aynı ortamda gözlemlenebilmektedir. Dini amaçlı yapılan seyahatler ve turistik aktivitelerde insanlar bir taraftan dine ait kutsal mekanları ziyaret ederken bir taraftan dini duyguları coşmakta bir taraftan da eğlenme amacıyla ilgili dini seyahate farklı bir anlam yükleyebilmektedir. Ülkemizde buna örnek olarak Hıdırellez şenlikleri verilmektedir. Arslan (2015) çalışmasında kutsal ve seküler arasındaki ilişkiyi hıdırellez şenlikleri ile gelişen eğlence kültürü üzerinden değerlendirirken Svoboda ve arkadaşları (2013) Hristiyanlıkta hac mekanları ve diğer kutsal yerlerin gezilmesi ile insanlarda bir taraftan dini aktivitelerle toplumsallaşma ve topluma ait olma diğer taraftan popüler kültürün etkisi ile bireyselleşme yönlü eğilimlerin ortaya çıktığını belirtmişlerdir.

## **BÖLÜM 4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

Bu bölümde dini yönelim, seküler dünya görüşü ile turizmin etkileri ve turistlere yönelik tutumlar arasındaki ilişkilere yönelik yapılan araştırmanın amacı, yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama ve analiz teknikleri hakkında bilgiler yer almaktadır.

### **4.1. Araştırma Amacı ve Yöntemi**

Çalışmanın temel amacı üç ilde (Trabzon, Antalya ve Nevşehir) yaşayan yerel halkın dini yönelim ve seküler dünya görüşü temel alınarak bölge insanının turizmin etkilerine yönelik değerlendirmeleri ve turistlere yönelik tutumlarının ölçülmesidir. Çalışmanın ana problemi, dini yönelim ve seküler dünya görüşünün insanların turizme bakış açısını nasıl etkilediği ve turistlere yönelik tutumlarına nasıl yansıdığıdır. Çalışmanın alt problemleri; dini yönelimin alt boyutlarının (inanç, ibadet) ve turizmin etkilerine (sosyal, ekonomik, çevresel) yönelik tutumları nasıl etkilediği, seküler dünya görüşü ve turizmin etkilerine yönelik tutumların farklılaşma durumu, dini yönelimin ve seküler dünya görüşünün turistlere yönelik tutumları değiştirip değiştirmediği şeklinde belirlenmiştir.

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama ve değerlendirme temeline dayalı çalışmada, turizmin yoğun olduğu Antalya, Nevşehir ve Trabzon illerinde yaşayan yerel halkla yüz yüze görüşme ile anket yapma yöntemi kullanılmıştır. Bu illerin araştırma kapsamında tercih edilmelerinde, farklı turistik faaliyetlere yönelik turistik ürün sunma kapasitesine (geleneksel turizm, kültür turizmi, yayla turizm gibi) sahip olmaları, turistlerin tatil tercihlerinde ön sıralarda olmaları ve bu illerdeki turistik yoğunluk nedeniyle turist-yerel halk etkileşiminin yoğun bir şekilde meydana gelmesi gibi faktörler etkili olmuştur.

## 4.2. Araştırmanın Modeli

Araştırma’da tekil tarama modelleri [anlılık, zamansal (izleme, kesit alma)] ve İlişkisel tarama modelleri (korelasyon, karşılaştırma) kullanılmıştır. Tekil tarama modeli; değişkenlerin tek tek, tür veya miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılmaktadır. Çalışmada yerel halkın demografik bilgileri tekil tarama modelini oluşturmaktadır. İlişkisel tarama modelleri (korelasyon, karşılaştırma); iki veya daha çok değişken arasında birlikte veya değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeye çalışır. Çalışmada dini yönelimlere göre turizme ve turistlere bakış açısı arasında farklılıkların/ilişkilerin incelenmesi ilişkisel tarama modelini oluşturmaktadır.

## 4.3. Evren ve Örneklem

Dini yönelim ve dünya görüşünün yerel halkın turizm faaliyetlerine ve turistlere yönelik tutumlarına etkisinin ölçülmesini hedefleyen araştırma; Antalya, Trabzon ve Nevşehir illerindeki, 18 yaş ve üzerindeki yerel halktan, 2.411.460 kişiyi kapsamaktadır. Araştırmanın bu illeri kapsammasının temel nedeni, bu illerin hem geleneksel (deniz kum, güneş) turizme hem de doğaya ve kültüre dayalı turizm faaliyetlerine olanak tanınmasıdır. Geleneksel turizm alanında ve turizm istihdamına yaptığı katkılarla ön plana çıkan Antalya, özellikle Uzakdoğudan gelen turistlerin tercih ettiği Kapadokya gibi dünyada örneği bulunmayan bir değere sahip Nevşehir ve doğa ve kültür turizminde ayırd edici özelliklere sahip Trabzon destinasyonlarının araştırma evrenine sahip olması araştırma sonuçlarının karşılaştırmalı analizlere fırsat vermektedir.

Nevşehir, Trabzon ve Antalya özelinde yapılacak araştırma için örneklem illerinin 18 yaş ve üzerinde olan nüfusları dikkate alınmış ve illerin nüfus sayılarıyla doğru orantılı olarak dağıtılmıştır. Bu rakam dikkate alınarak %95 olasılık,  $\pm 3$  hata payı ve aşağıdaki formül ile hesaplanan örneklem büyüklüğü çerçevesinde minimum 1067 yerel halkın ile görüşülmesi gerekmektedir.

Evren birim sayısı 10000’in üzerinde olduğu durumlarda aşağıdaki formül örneklem büyüklüğünü hesaplamak için kullanılabilir:

$$n = \frac{P \cdot Q \cdot Z_{\alpha}^2}{d^2}$$

Şekil 4.1.Örneklem Büyüklüğünün Hesaplanması Formülü(Özdamar, 2003:116-118)

N: Evren birim sayısı, n: Örneklem büyüklüğü

P: Evrendeki X'in gözlenme oranı, Q (1-P): X'in gözlenmeme oranı: Bilinmiyorsa P=0,5, Q=0,5 olarak alınır.

$Z_{\alpha}$  :  $\alpha= 0.05$ , için 1.96 değerini almaktadır.

d= Örneklem hatası (burada +-3 alınmıştır)

Araştırmacılara bir kolaylık olması bakımından  $\alpha= 0.05$  için  $\pm 0.03$ ,  $\pm 0.05$  ve  $\pm 0.10$  örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplanarak aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bu çizelge sadece araştırmacılara bir yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmacı kendi özel durumuna göre örneklem büyüklüğünü hesaplariken gerekli formüllerden yararlanmalıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.49-50).

Tablo 4.1.  $\alpha= 0.05$  İçin Örneklem Büyüklükleri

Evren Büyüklüğü	+ 0.03 örnekleme hatası (d)			+0.05 örnekleme hatası (d)			+0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

**Kaynak:** Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Araştırmada Antalya, Nevşehir ve Trabzon illeri tabaka olarak kabul edilerek tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır Araştırmada hata payını azaltmaya yönelik minimum

1200 kişi ile görüşülmesi hedeflenmiş ve toplamda 1204 kişi ile görüşülmüştür. Bu örneklem büyüklüğüyle 2015 yılı 18 yaş ve üzeri toplam nüfus üzerinden % 95 olasılık ve  $\pm 2,83$  hata payıyla analiz yapılabilmesi mümkün olmaktadır.

Teorik olarak hesaplanan örneklem büyüklüğü ve gerçekleşen görüşme sayıları illere göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4.2. Örneklem İllere Göre Dağılımı

İLLER	18 yaş üzeri birey sayısı	Hedeflenen Örneklem		Gerçekleşen Örneklem	
		Sayı	%	Sayı	%
ANTALYA	1636742	814	67,9	817	67,9
NEVŞEHİR	206903	103	8,6	99	8,2
TRABZON	567815	283	23,5	288	23,9
TOPLAM	2411460	1200	100,0	1204	100,0

Araştırma kapsamında Antalya’da 817, Trabzon’da 288 ve Nevşehir’de 99 yerel halk ile görüşülmüştür. Örnek seçiminde amaçlı örnek seçme ve elverişlilik örnek seçme teknikleri kullanılmıştır. Amaçlı örnek seçmede, seçilen örnekler, rastgele değil, belli özelliklerinden dolayı araştırmacının kendi kararına göre seçilirler. Diğer taraftan elverişlilik örnek seçme tekniği ise örnekler evrenin içerisinde araştırmacı tarafından ulaşmada elverişli oldukları için örnekleme dahil edilirler (Böke, 2009). Araştırmanın kapsadığı iller araştırmacının kararı ile belirtilen nedenlerden dolayı seçilmiştir. Hedeflenen örneklemden örnek seçimi de amaçlı ve elverişlilik durumuna göre yapılmıştır.

#### 4.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada yarı yapılandırılmış, beş bölümden ve toplam 94 soru/maddeden oluşan anket formu kullanılmıştır. Literatür taraması sonucunda araştırmada kullanılacak anket formunu oluşturan maddelerin belirlenmesinde izlenen süreç şu şekildedir.

Anket formunu oluşturan ifadelerin belirlenmesinde;

- Turizmin etkileri ölçeği: Boğan ve Sarıışık (2016)’ın “Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya’da Bir Araştırma” çalışması,



- Dini yönelim ve seküler dünya görüşü ölçekleri: Çoştur, (2009)'nun “Dine Normatif ve Popüler Yaklaşım, Bir Dini Yönelim Ölçeği Denemesi” çalışması ve
- Turistlere yönelik tutumlar ölçeği: Avcıkurt (2015)'un “Turizm Sosyolojisi” kitabı referans alınmıştır.

Anket ifadelerinin ölçeklendirilmesinde tutum 5’li Likert Tipi ölçek kullanılmıştır. Kullanılan tutum ölçeği şu şekilde oluşturulmuştur:

- 1: Kesinlikle Katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Orta derecede katılıyorum
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle Katılıyorum

Her üç ilde de veri toplama süreci yüz yüze görüşme ile anket toplama yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sürecinde anket formları basılı formlar üzerinden kâğıt kalem ile kayıt altına alınmıştır.

#### **4.5. Verileri Toplama Süreci**

Verilerin toplanması, Trabzon’da 4, Nevşehir’de 1, Antalya’da 10 kişi olmak üzere toplam onbeş kişilik ekip tarafından Ocak-Şubat 2018 tarihlerinde yüz yüze görüşmeler, hane ve işyeri ziyaretleri yapılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler; örneklem bölümünde illerdeki nüfus büyüklüğüne göre hesaplanan sayılar dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Hane ve işyeri ziyaretleriyle doldurulan formlar daha sonra sayısal kodlara dönüştürülerek bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

#### **4.6. Verilerin Analizi**

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyo-demografik özellikleri, dini yönelimleri, turizme ve turistlere bakış açısının tespit edilmesine yönelik sorulara ait frekans ve yüzde dağılımları incelenmiştir. Her bir bölüm için örnekleme yeterliliği ölçüsü (measure of

sampling adequacy), KMO and Bartlett's testleri yapıldıktan sonra; Faktör analizi uygulamak suretiyle araştırma konusunu oluşturan bölümlerin alt boyutları incelenmiştir.

Faktör analizi (FA), birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanabilir. Rennie (1997) ise, Faktör Analizi'ni, maksimum varyansı açıklayan az sayıda açıklayıcı faktöre (kavrama) ulaşmayı amaçlayan ve gözlenen değişkenler arasındaki ilişkileri temel alan bir hesaplama mantığına sahip analitik bir teknik olarak tanımlamaktadır. Faktör Analizi'nin amacı dikkate alındığında açıklayıcı (keşfedici, exploratory) ve doğrulayıcı (confirmatory) olmak üzere iki temel yönetime ayrılmaktadır.

Toplanan veriler üzerinde her bir değişkenin boyutlarını belirlemek ve ölçek maddelerinin faktörlerle ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre faktör analizi yapılmıştır. Varimax dönüştürmesinin tercih edilmesinin sebebi değişkenleri oluşturan boyutların net olarak ayrışmasını sağlamaktır (Tarkan ve Tepeci, 2006). Kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların güvenilirliği, Cronbach's Alpha katsayısı kullanılarak test edilmiştir.

Oluşan faktörler doğrultusunda, araştırma hipotezleri uygun analizlerle (t-testi, varyans analizi, korelasyon, vb. analizlerle) test edilmiştir. Varyans analizlerinde gruplar arası homojenliği test etmek amacıyla Levene Testi uygulanmış olup gruplar arası homojenlik var ise F testi, homojenlik yok ise Welch testi kullanılmıştır. Hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespiti ise F testi kullanıldığı durumlarda Bonferroni, Welch testi kullanıldığı durumlarda ise Games Howell testi ile yapılmıştır.

Korelasyon analizi: Pearson Çarpım Moment korelasyon katsayısının hesaplanabilmesi için aralarında ilişki bulunmak istenen iki değişkenin de sürekli (eşit aralık ya da oran ölçeği ile ölçülmüş), değişkenlerin arasındaki ilişkinin doğrusal olması gereklidir. Bu teknik, varyansların homojen ve dağılımların normal olduğu varsayımlarının yapılmasını gerekli kılar (Howell, 1992; Cohen, Holliday, 1982).

Korelasyon testi iki sayısal değişken arasında ilişki olup olmadığının araştırılmasında kullanılır, “r” bağıntının gücünü gösterir -1, +1 arasında değişir. Korelasyon ile ilişkili olarak (Alpar, 2003 ).

- 1'e yaklaşması mükemmel, 0'a yaklaşması ilişkinin yokluğuna yaklaştığını göstermektedir.
- 1.00 = Mükemmel pozitif ilişki
- .65 to .99 = Güçlü pozitif ilişki
- .30 to .64 = Orta pozitif ilişkili
- .01 to .29 = Zayıf pozitif ilişki
- 0.00 = İlişki yok
- -.01 to -.29 = Zayıf negatif ilişki
- -.30 to -.64 = Orta negatif ilişkili
- -.65 to -.99 = Güçlü negatif ilişki
- -1.00 = Mükemmel negatif ilişki

Veri analizi sürecinde izlenen genel yaklaşım şu şekilde özetlenebilir. İlk olarak katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları ile ölçek ifadelerine ilişkin ortalama dağılımları analiz edilmiştir. Daha sonra faktör analizleri ile ölçek ifadelerinin anlamlı bir yapı oluşturma durumu ortaya konulmuştur. Daha sonra ise korelasyon analizleri, ve farklılık analizleri yapılmış ve bulgular tablolaştırılmıştır.

## BÖLÜM 5. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde elde edilen verilerin analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Bulguların sunumunda ilk olarak araştırmaya katılan katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde analizleri ve görsel grafiklere yer verilmiştir.

### 5.1. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Durum Dağılımı

Tablo 5.1.'de katılımcıların cinsiyet dağılımına ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.1. Cinsiyet Durumu

	Sayı	%
<b>Kadın</b>	548	45,5
<b>Erkek</b>	656	54,5
<b>Toplam</b>	1204	100,0

Araştırma kapsamında görüşülen yerel halkın %54,5'i erkek, %45,5'i kadındır. Bu oran gruplarası ve grup içi farklılıkların yorumlanmasını anlamlı kılacaktır.

Tablo 5.2.'de katılımcıların yaş dağılımına ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.2. Yaş Dağılımı

Yaş Grupları	Sayı	%	Cevap veren içindeki %
18-24 yaş	294	24,4	24,5
25-34 yaş	298	24,8	24,8
35-44 yaş	292	24,3	24,3
45-54 yaş	192	15,9	16,0
55-64 yaş	105	8,7	8,8
65 yaş ve üzeri	19	1,6	1,6
Cevap yok	4	0,3	
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın dağılımı incelendiğinde % 24,8'inin 25-34 yaş arası, % 24,4'ünün 18-24 yaş arası, % 24,3'ünün 35-44 yaş arası ve % 26,2'sinin 45 yaş ve üzeridir. Yaş dağılımları değerlendirildiğinde katılımcıların %49,2'sinin 18-34 yaş

aralığında olduğu görülmektedir. Yaş dağılımlarına da genel olarak bakıldığında gruplararası ve grup içi farklılıkların analiz edilmesi sürecinde oluşabilecek farklılıkların anlamlı olacağı öngörülmektedir. Yaş gruplarının hemen her yaşı temsil etmeye elverişli olduğu, ancak çoğunluğun genç-orta yaş'ta olduğu görülmektedir.

Tablo 5.3.'te katılımcıların Medenî Durumuna ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.3. Medenî Durum

Medeni Durum	Sayı	%	Cevap veren içindeki %
Evli	659	54,7	54,9
Bekar	481	40,0	40,1
Eşi vefat etmiş	25	2,1	2,1
Boşanmış	35	2,9	2,9
Cevap Yok	4	0,3	
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın %40'ı bekâr, %54,7'si evli, %2,9'u boşanmış, %2,1'inin ise eşi vefat etmiştir. Bu dağılım da evli ve bekâr gruplar arasında farklılık analizlerinin anlamlı sonuçlar ortaya çıkaracağı söylenebilir. Tablo 5.4.'te katılımcıların Sosyal statüna ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.4. Sosyal Statü Dağılımı

Meslekler	Sayı	%	Cevap veren içindeki %
Esnaf	170	14,1	14,4
İşçi	381	31,6	32,3
Memur	138	11,5	11,7
Serbest Meslek	130	10,8	11,0
Diğer	58	4,8	4,9
Ev Hanımı	112	9,3	9,5
Emekli	49	4,1	4,2
İşsiz	37	3,1	3,1
Öğrenci	104	8,6	8,8
Cevap Yok	25	2,1	
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın %31,6'sı işçi, %14,1'i esnaf, %11,5'i memur, %10,8'i serbest meslek erbabı iken, %4,8'i diğer mesleklerde çalışanlardır. Bu grupların çalışan kesimi temsil ettiği düşünülürse bir işte çalışanların toplam oranı %72,8'dir. Ev hanımlarının oranı %9,3, öğrencilerin oranı %8,6, emeklilerin oranı %4,1, işsizlerin oranı

%3,1'dir. Tablo 5.5.'te katılımcıların Öğrenim Durumuna ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.5. Öğrenim Durumu

Eğitim Kategorileri	Sayı	%
Okur-yazar değil	9	0,7
İlköğretim	320	26,6
Lise	585	48,6
Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	277	23,0
Lisansüstü	13	1,1
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın %48,6'sı lise, %23'ü üniversite/yüksek okul, %1,1'i lisansüstü/doktora mezunu iken okur yazar olmayanların oranı %0,7'dir. Tablo 5.6.'da katılımcıların Gelir Durumuna ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.6. Gelir Durumu (aylık)

Gelir Grupları	Sayı	%	Cevap veren içindeki %
0-1500TL Arası	256	21,3	21,5
1501-3000TL Arası	629	52,2	52,8
3001-4500TL Arası	242	20,1	20,3
4500 TL ve üzeri	64	5,3	5,4
Cevap Yok	13	1,1	
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya dahil edilen yerel halkın aylık gelir durumu incelendiğinde; %52,2'si 1501-3000 TL arası, %21,3'ü 0-1500 TL arası, %20,1'i 3001-4500 TL arası ve %5,3'ü 4500 TL ve üzeri aylık geliri bulunmaktadır.

Tablo 5.7.'de katılımcıların Şehirde İkamet Etme Süresine ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.7. Şehirde İkamet Etme Süresi

İkamet Süresi	Sayı	%
1-5 Yıl	153	12,7
6-10 Yıl	214	17,8
11 Yıl ve üzeri	837	69,5
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın buldukları şehirde ne kadar süre ile ikamet ettiği incelendiğinde; %69,5'i 11 yıl ve daha uzun süredir %17,8'i 6-10 yıl arası, %12,7'si ise

1-5 yıl arası şunda ikamet ettiği il de yaşamaktadır. Katılımcıların çoğunun 5 yıldan fazla süredir bulunduğu şehirde ikamet ediyor olması, bölge ve turistlerle etkileşimi dikkate alındığında, bu araştırmanın konusu açısından olumlu bir durumdur.

Tablo 5.8.'de katılımcıların yerel halkın kendilerini tanımlama şekline ilişkin frekans ve yüzde analizi. yer almaktadır.

Tablo 5.8. Yerel halkın Kendilerini Tanımlama Şekli (Katılımcılar birden fazla seçeneği işaretleyebilmiştir.)

Kendini Tanımlama	N	Cevaplar içindeki %	Katılımcılar içindeki %
Atatürkçü	470	21,3	39,0
Milliyetçi	434	19,6	36,0
Çevreci	232	10,5	19,3
İslamcı	210	9,5	17,4
Muhafazakar	183	8,3	15,2
Dindar	170	7,7	14,1
Sosyalist	133	6,0	11,0
Ülkücü	92	4,2	7,6
Demokrat	88	4,0	7,3
Sosyal demokrat	58	2,6	4,8
Diğer	45	2,0	3,7
Liberal	38	1,7	3,2
Feminist	29	1,3	2,4
Kürt milliyetçisi	8	0,4	0,7
Cevap yok	21	0,9	1,7
<b>Toplam</b>	<b>2211</b>	<b>100,0</b>	<b>183,6</b>

Yerel halkın ideolojik yaklaşımlarını ve dünya görüşünü tek bir ifade ile açıklamanın zorluğu dikkate alınarak, ideolojik fikirlerin belirlenebilmesi için yerel halkınlar birden fazla ifadeyle ideolojik görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Bu kapsamda elde edilen veriler incelendiğinde yerel halkın %39'u Atatürk'çü, %36'sı milliyetçi, %19'3'ü çevreci, %17,4'ü İslamcı, %15,2'si muhafazakâr, %14,1'i dindar, %11'i sosyalist, %7,6'sı ülkücü, %7,3'ü demokrat, %4,8'i sosyal demokrat, %3,2'si liberal, %2,4'ü feminist ve %0,7'si Kürt milliyetçisidir.

Tablo 5.9.'da katılımcıların Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.9. Turizm Sektöründe Çalışma Durumu

<b>Turizmde Çalışma Durumu</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	302	25,1
Hayır	893	74,2
Cevap Yok	9	0,7
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın %25,1'i daha önce turizmle ilgili bir işte çalışmışlardır. Bu oranlar gruplararası farklılıkların anlamlılık düzeyi açısından negatif olarak değerlendirilebilir. Tablo 5.10.'da katılımcıların Yabancı Turistlerle Herhangi Bir Etkileşim İçinde Bulunma Durumuna ilişkin frekans ve yüzde analizi yer almaktadır.

Tablo 5.10. Yabancı Turistlerle Herhangi Bir Etkileşim İçinde Bulunma Durumu

<b>Turistlerle Etkileşim</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	400	33,2
Hayır	804	66,8
<b>Toplam</b>	<b>1204</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan yerel halkın %33,2'si yabancı turistlerle etkileşim içinde bulunmuşlardır. Bir önceki soruya benzer oranlar görülmektedir.

## **5.2. Frekans Analizleri**

### **5.2.1. Dini yönelimlere ilişkin bulgular**

Anketi yanıtlayan katılımcıların dini yönelimler ile ilgili bazı ifadelerle ne derece katıldıklarını; 1-Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Orta Derecede Katılıyorum. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirerek belirtmeleri istenmiştir. Her bir ifadeye verilen cevabın rakamsal değerleri dikkate alınarak ortalamaları hesaplanmış ve aşağıdaki Tablo 5.11.'de hem cevaplar hem de ortalama değerler verilmiştir.



Tablo 5.11. Dini Yönelimler Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu

Madde no	İFADELER		Kesinlikle Katılmıyo	Katılmıyo rum	Orta derecede	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyoru	Cevap yok	Toplam	Ortalama	ss
1	Allah'ın, söylediğimiz ve yaptığımız her şeyi bildiğine inanırım.	Sayı	13	15	7	383	776	10	1204	4,6	,68
		%	1,1	1,2	,6	31,8	64,5	,8	100,0		
2	Hata işlediğim zaman Allah'tan af dilerim	Sayı	19	16	17	448	694	10	1204	4,5	,74
		%	1,6	1,3	1,4	37,2	57,6	,8	100,0		
3	Melek gibi gözle görülmeyen varlıklara inanmam	Sayı	548	422	23	55	145	11	1204	2,0	1,33
		%	45,5	35,0	1,9	4,6	12,0	0,9	100,0		
4	Kur'an'da anlatılanların hepsinin doğru ve her çağda geçerli olduğuna inanırım.	Sayı	21	21	46	554	546	16	1204	4,3	,79
		%	1,7	1,7	3,8	46,0	45,3	1,3	100,0		
5	Allah'ın varlığına inanırım	Sayı	12	18	24	478	660	12	1204	4,5	,71
		%	1,0	1,5	2,0	39,7	54,8	1,0	100,0		
6	Kişinin dini uğruna birtakım güçlüklerle katlanmasını anlamsız bulurum(-)	Sayı	583	353	80	136	37	15	1204	1,9	1,13
		%	48,4	29,3	6,6	11,3	3,1	1,2	100,0		
7	Kadere, hayır ve şerrin Allah'tan olduğuna inanırım	Sayı	31	40	67	503	547	16	1204	4,3	,91
		%	2,6	3,3	5,6	41,8	45,4	1,3	100,0		
8	Ölümünden sonra Ahiret hayatına (Cennet ve Cehenneme) inanırım	Sayı	33	42	73	647	394	15	1204	4,1	,88
		%	2,7	3,5	6,1	53,7	32,7	1,2	100,0		
9	Hz. Muhammed'in Allah'ın elçisi (peygamberi) olduğuna inanırım.	Sayı	11	19	23	429	709	13	1204	4,5	,70
		%	,9	1,6	1,9	35,6	58,9	1,1	100,0		
10	Allah kıyamet günü bana da merhamet eder diye umarım	Sayı	14	25	32	651	469	13	1204	4,3	,73
		%	1,2	2,1	2,7	54,1	39,0	1,1	100,0		
11	İnancıma göre hareket etmediğim zaman, içimde bir huzursuzluk duyarım	Sayı	48	61	122	568	390	15	1204	4,0	1,00
		%	4,0	5,1	10,1	47,2	32,4	1,2	100,0		
12	Dini kuralları yerine getirme zorunluluğu hissederim	Sayı	59	108	200	537	284	16	1204	3,7	1,07
		%	4,9	9,0	16,6	44,6	23,6	1,3	100,0		
13	Kandil gecelerini diğer günlerden biraz daha farklı olarak (ibadet ederek, Mevlit, Kur'an dinleyerek) dini ağırlıklı geçiririm.	Sayı	65	140	135	499	355	10	1204	3,8	1,15
		%	5,4	11,6	11,2	41,4	29,5	,8	100,0		
14	Düzenli olarak beş vakit namaz kılarım.	Sayı	126	280	182	347	258	11	1204	3,3	1,32
		%	10,5	23,3	15,1	28,8	21,4	,9	100,0		
15	Yanlış dini tutum ve davranışlarımı düzeltmeye çalışırım	Sayı	24	49	121	619	381	10	1204	4,1	,87
		%	2,0	4,1	10,0	51,4	31,6	,8	100,0		
16	Nafile (farz olmayan) ibadetler yaparım	Sayı	123	209	211	404	238	19	1204	3,4	1,27
		%	10,2	17,4	17,5	33,6	19,8	1,6	100,0		

Tablo 5.11. (Devamı)

17	Ramazan ayı boyunca oruç tutarım	Sayı	80	101	198	477	323	25	1204	3,7	1,15
		%	6,6	8,4	16,4	39,6	26,8	2,1	100,0		
18	Maddi durumum elverirse hacca gitmek isterim	Sayı	49	71	133	483	455	13	1204	4,0	1,05
		%	4,1	5,9	11,0	40,1	37,8	1,1	100,0		
19	Dini inancın gerekli olmadığını düşünürüm	Sayı	427	353	61	194	156	13	1204	2,4	1,44
		%	35,5	29,3	5,1	16,1	13,0	1,1	100,0		
20	İçki içmek ve kumar oynamanın dinen yasak olduğuna inanırım	Sayı	69	99	114	506	403	13	1204	3,9	1,13
		%	5,7	8,2	9,5	42,0	33,5	1,1	100,0		
21	Bazı mübarek günlerde oruç tutarım	Sayı	56	98	195	477	358	20	1204	3,8	1,09
		%	4,7	8,1	16,2	39,6	29,7	1,7	100,0		
22	Dini değerlere saygı gösteririm	Sayı	9	18	53	649	463	12	1204	4,3	,69
		%	,7	1,5	4,4	53,9	38,5	1,0	100,0		
23	İslam dîninin hayatıma bir gaye ve anlam kazandırdığını düşünüyorum	Sayı	16	17	39	476	643	13	1204	4,4	,75
		%	1,3	1,4	3,2	39,5	53,4	1,1	100,0		
24	Dini tutum ve davranışlarımda tutarlı ve dengeli olmaya çalışırım.	Sayı	11	27	70	618	465	13	1204	4,3	,75
		%	,9	2,2	5,8	51,3	38,6	1,1	100,0		
25	Dinimi başkalarına da anlatmaya çalışırım.	Sayı	18	30	112	538	489	17	1204	4,2	,83
		%	1,5	2,5	9,3	44,7	40,6	1,4	100,0		
26	Dua ederim.	Sayı	18	24	34	523	587	18	1204	4,4	,77
		%	1,5	2,0	2,8	43,4	48,8	1,5	100,0		
27	İnsanları iyiliğe yönlendirip, onları kötülükten uzaklaştırmaya çalışırım	Sayı	51	20	85	584	444	20	1204	4,1	,94
		%	4,2	1,7	7,1	48,5	36,9	1,7	100,0		
28	Dini kuralları sıkıcı bulurum (-)	Sayı	672	408	40	38	32	14	1204	1,6	,91
		%	55,8	33,9	3,3	3,2	2,7	1,2	100,0		
29	Kur'an'da çağımıza hitap etmeyen bazı hükümlerin olduğunu düşünürüm (-)	Sayı	527	387	116	103	56	15	1204	2,0	1,15
		%	43,8	32,1	9,6	8,6	4,7	1,2	100,0		
30	Dini kuralların, günlük yaşama hiçbir katkısının olmadığını inanırım(-)	Sayı	545	483	51	66	41	18	1204	1,8	1,00
	Genel	%	45,3	40,1	4,2	5,5	3,4	1,5	100,0		

Dini yönelim görüşüyle ilgili ifadeler verilen cevapların ortalamaları dikkate alındığında en yüksek ortalamaya sahip olunan ifade/düşüncenin, yerel halkın tarafından en çok benimsenen düşünce olduğu söylenebilir.

Tablo 5.12. Dini Yönelim Ölçeği Ortalamalar Tablosu

Madde no	İFADELER	Ortalama
1	Allah'ın, söylediğimiz ve yaptığımız her şeyi bildiğine inanırım.	4,6
2	Hata işlediğim zaman Allah'tan af dilerim	4,5
5	Allah'ın varlığına inanırım	4,5
9	Hz. Muhammed'in Allah'ın elçisi (peygamberi) olduğuna inanırım.	4,5
26	Dua ederim.	4,4
23	İslam dininin hayatıma bir gaye ve anlam kazandırdığını düşünüyorum	4,4
7	Kadere, hayır ve şerrin Allah'tan olduğuna inanırım	4,3
4	Kur'an'da anlatılanların hepsinin doğru ve her çağda geçerli olduğuna inanırım.	4,3
24	Dini tutum ve davranışlarımda tutarlı ve dengeli olmaya çalışırım.	4,3
10	Allah kıyamet günü bana da merhamet eder diye umarım	4,3
22	Dini değerlere saygı gösteririm	4,3
25	Dinimi başkalarına da anlatmaya çalışırım	4,2
27	İnsanları iyiliğe yönlendirip, onları kötülükten uzaklaştırmaya çalışırım	4,1
8	Ölümünden sonra Ahiret hayatına (Cennet ve Cehennem) inanırım	4,1
15	Yanlış dini tutum ve davranışlarımı düzeltmeye çalışırım	4,1
18	Maddi durumum elverirse hacca gitmek isterim	4
11	İnancıma göre hareket etmediğim zaman, içimde bir huzursuzluk duyarım	4
20	İçki içmek ve kumar oynamanın dinen yasak olduğuna inanırım	3,9
13	Kandil gecelerini diğer günlerden biraz daha farklı olarak (ibadet ederek,) geçiririm.	3,8
21	Bazı mübarek günlerde oruç tutarım	3,8
17	Ramazan ayı boyunca oruç tutarım	3,7
12	Dini kuralları yerine getirme zorunluluğu hissederim	3,7
16	Nafile (farz olmayan) ibadetler yaparım	3,4
28	Dini kuralları sıkıcı bulurum (-)	3,4
14	Düzenli olarak beş vakit namaz kılarım.	3,3
30	Dini kuralların, günlük yaşama hiçbir katkısının olmadığına inanırım(-)	3,2
6	Kişinin dini uğruna birtakım güçlüklerle katlanmasını anlamsız bulurum(-)	3,1
29	Kur'an'da çağımıza hitap etmeyen bazı hükümlerin olduğunu düşünürüm (-)	3
19	Dini inancın gerekli olmadığını düşünürüm	2,4
3	Melek gibi gözle görülmeyen varlıklara inanmam.	2
	Genel ortalama	3,9

(-): İşaretili ifadelerdeki değerler ters kodlanarak ortalaması hesaplanmış ve ortalama sıralamasına dâhil edilmiştir.

Tablodaki ifadelerde en yüksek değer alan (katılımcıların en çok katıldığı) ifadelerden katılımcıların dini yönelim konusunda Allah'a ve Peygamberine inanma konusunda en yüksek katılım gösterdiği; en düşük katılımın dinin inancın gerekli olmadığı ve melek inancı ile ilgili ifadeye yönelik olduğu görülmektedir.

## 5.2.2. Seküler dünya görüşü

Katılımcıların seküler dünya görüşüyle ilgili bazı ifadelere ne derece katıldıklarını; 1- Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Orta Derecede Katılıyorum. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirilerek belirtmeleri istenmiştir. Her bir ifadeye verilen cevabın rakamsal değerleri dikkate alınarak ortalamaları hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda hem cevaplar hem de ortalama değerler verilmiştir.

Tablo 5.13. Seküler Dünya Görüşü Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu

	İFADELER		Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta derecede	Katılıyorum	Kesinlikle	Cevap	Toplam	Ortalama	ss
			1	2	3	4	5				
1	Aslında ben bütün dinlere karşıyım.	Sayı	686	390	19	56	36	17	1204	1,6	,96
		%	57,0	32,4	1,6	4,7	3,0	1,4	100,0		
2	Yüce bir varlığa inanırım fakat hiç bir dini kabul etmem.	Sayı	637	496	16	27	11	17	1204	1,6	,72
		%	52,9	41,2	1,3	2,2	,9	1,4	100,0		
3	İslam'ın temel değerlerine ve düşüncelerine inanmam.	Sayı	626	507	23	21	11	16	1204	1,6	,71
		%	52,0	42,1	1,9	1,7	,9	1,3	100,0		
4	Benim için dini konulardan ziyade dünyevi konular daha önemlidir.	Sayı	630	480	25	33	20	16	1204	1,6	,81
		%	52,3	39,9	2,1	2,7	1,7	1,3	100,0		
5	Tanrıyla ilgili konular bilinemez.	Sayı	490	338	223	80	59	14	1204	2,1	1,15
		%	40,7	28,1	18,5	6,6	4,9	1,2	100,0		
6	Yaşamda en iyisi dini konulardan bu konulardan uzak durmaktır.	Sayı	531	526	45	46	33	23	1204	1,8	,91
		%	44,1	43,7	3,7	3,8	2,7	1,9	100,0		
7	Galiba zamanla ailemde görüp öğrendiğim inanç veya dünya görüşünden uzaklaştım.	Sayı	526	513	55	60	37	13	1204	1,8	,96
		%	43,7	42,6	4,6	5,0	3,1	1,1	100,0		
8	Eski inançlarımdan veya dünya görüşümden gittikçe koptum	Sayı	567	454	43	74	53	13	1204	1,8	1,06
		%	47,1	37,7	3,6	6,1	4,4	1,1	100,0		
9	Zamanla önceki inanç/dünya görüşümden ayrılıp kendime göre yenilerini geliştirdim	Sayı	560	467	68	56	37	16	1204	1,8	,97
	Genel ortalama	%	46,5	38,8	5,6	4,7	3,1	1,3	100,0		

Seküler Dünya görüşüyle ilgili ifadelere verilen cevapların ortalamaları dikkate alındığında en yüksek ortalamaya sahip olunan ifade/düşüncenin, yerel halkın tarafından en çok benimsenen düşünce olduğu söylenebilir.

Tablo 5.14. Seküler Dünya Görüşü Ölçeği Ortalamalar Tablosu

Madde no	İFADELER	Ortalama
5	Tanrıyla ilgili konular bilinemez.	2,1
6	Yaşamda en iyisi dini konulardan bu konulardan uzak durmaktır.	1,8
7	Galiba zamanla ailemde görüp öğrendiğim inanç veya dünya görüşünden uzaklaştım.	1,8
8	Eski inançlarımdan veya dünya görüşümden gittikçe koştum	1,8
9	Zamanla önceki inanç/dünya görüşümden ayrılıp kendime göre yenilerini geliştirdim	1,8
1	Aslında ben bütün dinlere karşıyım.	1,6
2	Yüce bir varlığa inanırım fakat hiç bir dini kabul etmem.	1,6
3	İslam'ın temel değerlerine ve düşüncelerine inanmam.	1,6
4	Benim için dini konulardan ziyade dünyevi konular daha önemlidir.	1,6
	Genel ortalama	1,7

Tablo 5.14.'teki değerler, seküler dünya görüşü ile ilgili ifadelere katılım düzeyinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Bu durum dini yönelimlere yönelik ifadelere katılım düzeyi ile ters orantılı görünmektedir.

### 5.2.3. Turistlere yönelik tutumlar

Yerel halkın turistlere yönelik tutumlarıyla ilgili bazı ifadelere ne derece katıldıklarını; 1- Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Orta Derecede Katılıyorum. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirerek belirtmeleri istenmiştir. Her bir ifadeye verilen cevabın rakamsal değerleri dikkate alınarak ortalamaları hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda hem cevaplar hem de ortalama değerler verilmiştir.

Tablo 5.15. Turistlere Yönelik Tutumlar Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu

İFADELER		Kesinlikle	Katılmıyor	Orta derec	Katılıyorum	Kesinlikle	Cevap vermedi	Toplam	Ortalama	Standart
Bölgemizde turizmin gelişmesinden memnunum.	Sayı	60	155	178	374	432	5	1204	3,8	1,20
	%	5,0	12,9	14,8	31,1	35,9	,4	100,0		
Yabancı turistlerin gelmesini hoş karşılarım.	Sayı	16	25	145	475	539	4	1204	4,2	,84
	%	1,3	2,1	12,0	39,5	44,8	,3	100,0		
Yabancı turistlerle karşılaşmak beni memnun eder.	Sayı	23	42	178	514	440	7	1204	4,1	,91
	%	1,9	3,5	14,8	42,7	36,5	,6	100,0		
Yabancı turistlerle tanışmak benim için önemli bir deneyimdir.	Sayı	29	91	218	469	393	4	1204	3,9	1,01
	%	2,4	7,6	18,1	39,0	32,6	,3	100,0		
Turistler bölgemize ticari katkı yapmaktadırlar.	Sayı	25	67	149	535	422	6	1204	4,1	,94
	%	2,1	5,6	12,4	44,4	35,0	,5	100,0		
Turistler bölgemiz için önemli bir gelir kaynağıdır.	Sayı	28	58	125	526	452	15	1204	4,1	,94
	%	2,3	4,8	10,4	43,7	37,5	1,2	100,0		
Turistlerle samimi ilişkilere girmekten kaçınmam	Sayı	29	102	363	433	271	6	1204	3,7	,99
	%	2,4	8,5	30,1	36,0	22,5	,5	100,0		
Turistlerle tanışmak benim için çok önemli değildir.(-)	Sayı	106	476	247	256	114	5	1204	2,8	1,15
	%	8,8	39,5	20,5	21,3	9,5	,4	100,0		
Bölgemizde meydana gelen suç oranlarının artmasında turistlerin önemli etkisi vardır.	Sayı	441	431	198	91	33	10	1204	2,0	1,04
	%	36,6	35,8	16,4	7,6	2,7	,8	100,0		
Turizm kültürel yapımızı bozmaktadır.	Sayı	325	464	185	129	83	18	1204	2,3	1,18
	%	27,0	38,5	15,4	10,7	6,9	1,5	100,0		
Yerel kültürümüz kaybolmaktadır.	Sayı	292	482	232	111	54	33	1204	2,3	1,08
	%	24,3	40,0	19,3	9,2	4,5	2,7	100,0		
Aile bağlarımız zayıflamaktadır	Sayı	337	432	241	104	69	21	1204	2,3	1,14
	%	28,0	35,9	20,0	8,6	5,7	1,7	100,0		
Yerel toplum turistlere özenmektedir.	Sayı	203	404	259	208	100	30	1204	2,7	1,20
	%	16,9	33,6	21,5	17,3	8,3	2,5	100,0		
Turizmin gelişmesi, toplumda kötü alışkanlıkları yaygınlaştırmaktadır.	Sayı	244	385	337	157	59	22	1204	2,5	1,11
	%	20,3	32,0	28,0	13,0	4,9	1,8	100,0		
Bölgemiz turizmin gelişmesi nedeniyle kültürel ve gelenek görenekler açısından ciddi bir yozlaşma yaşamaktadır.	Sayı	238	438	230	203	72	23	1204	2,5	1,17
<b>Genel ortalama</b>	%	19,8	36,4	19,1	16,9	6,0	1,9	100,0	<b>3,15</b>	

Turistlere yönelik tutumlarla ilgili ifadelere verilen cevapların ortalamaları dikkate alındığında en yüksek ortalamaya sahip olunan ifade/düşüncenin, yerel halkın tarafından en çok benimsenen düşünce olduğu söylenebilir.

Tablo 5.16. Turistlere Yönelik Tutumlar Ölçeği Ortalamaya Göre Sıralama Tablosu

Madde no	İFADELER	Ortalama
2	Yabancı turistlerin gelmesini hoş karşılarım.	4,2
3	Yabancı turistlerle karşılaşmak beni memnun eder.	4,1
5	Turistler bölgemize ticari katkı yapmaktadırlar.	4,1
6	Turistler bölgemiz için önemli bir gelir kaynağıdır.	4,1
4	Yabancı turistlerle tanışmak benim için önemli bir deneyimdir.	3,9
1	Bölgemizde turizmin gelişmesinden memnunum.	3,8
7	Turistlerle samimi ilişkilere girmekten kaçınmam.	3,7
8	Turistlerle tanışmak benim için çok önemli değildir.(-)	2,8
13	Yerel toplum turistlere özenmektedir.	2,7
14	Turizmin gelişmesi, toplumda kötü alışkanlıkları yaygınlaştırmaktadır.	2,5
15	Bölgemiz turizmin gelişmesi nedeniyle kültürel ve gelenek görenekler açısından ciddi bir yozlaşma yaşamaktadır.	2,5
10	Turizm kültürel yapımızı bozmaktadır.	2,3
11	Yerel kültürümüz kaybolmaktadır.	2,3
12	Aile bağlarımız zayıflamaktadır	2,3
9	Bölgemizde meydana gelen suç oranlarının artmasında turistlerin önemli etkisi vardır.	2
	Genel ortalama	3,2

Tablo 5.16.'daki ifadelere katılım düzeyleri incelendiğinde katılımcıların turistlere bakış açısının genel olarak olumlu yönde olduğu görülmektedir.

#### 5.2.4. Turizm faaliyetlerinin etkileri

Turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik düşünceleriyle ilgili bazı ifadelere ne derece katıldıklarını; 1- Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Orta Derecede Katılıyorum. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirerek belirtmeleri istenmiştir. Her bir ifadeye verilen cevabın rakamsal değerleri dikkate alınarak ortalamaları hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda hem cevaplar hem de ortalama değerler verilmiştir.

Tablo 5.17. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Düşünceler Ölçeğine Verilen Cevaplar Tablosu

İFADELER		Kesinlik e	Katılımyo rum	Orta derecede İstediğimiz	Kathyo rum	Kesinlik e	Cevap sıklık	Toplam	Ortalama	ss
Turizm sayesinde, İlimiz daha fazla yatırım ve para çekmektedir.	Sayı	23	67	87	506	516	5	1204	4,2	,93
	%	1,9	5,6	7,2	42,0	42,9	,4	100,0		
İlimizde turistlerin fazla para harcamaları sayesinde yaşam standartlarımız hızlı bir şekilde yükselmektedir.	Sayı	47	80	142	492	433	10	1204	4,0	1,05
	%	3,9	6,6	11,8	40,9	36,0	,8	100,0		
İlimizde turizmin gelişmesiyle birlikte birçok ürün ve hizmetlerin fiyatı artmaktadır.	Sayı	29	91	216	488	367	13	1204	3,9	1,00
	%	2,4	7,6	17,9	40,5	30,5	1,1	100,0		
İlimizde turizm sadece küçük gruplara fayda sağlamaktadır	Sayı	128	264	204	337	259	12	1204	3,3	1,31
	%	10,6	21,9	16,9	28,0	21,5	1,0	100,0		
İlimizde turizm, yerlilerden ziyade yabancılara iş imkânı sağlamaktadır.	Sayı	138	226	198	366	254	22	1204	3,3	1,32
	%	11,5	18,8	16,4	30,4	21,1	1,8	100,0		
Dünyanın birçok yerinden gelen turistlerle bir arada olmak, mükemmel bir deneyim.	Sayı	46	94	288	418	328	30	1204	3,8	1,07
	%	3,8	7,8	23,9	34,7	27,2	2,5	100,0		
Turizm, yerel halka boş zamanlarını değerlendirebileceği (yüzme havuzu, tenis kortları) olanaklar sunmaktadır.	Sayı	73	146	197	500	276	12	1204	3,6	1,14
	%	6,1	12,1	16,4	41,5	22,9	1,0	100,0		
İlimizde turistlerin yüksek harcama yapması, hayatımızda istenmeyen bir etki oluşturmaktadır.	Sayı	226	322	263	264	114	15	1204	2,8	1,26
	%	18,8	26,7	21,8	21,9	9,5	1,2	100,0		
Turizm, ilimizin geleneksel kültüründe değişmelere neden olmaktadır.	Sayı	255	313	291	220	110	15	1204	2,7	1,25
	%	21,2	26,0	24,2	18,3	9,1	1,2	100,0		
İlimiz turizm bölgesi olmasından dolayı, yerel halk düşük bir yaşam kalitesine sahiptir.	Sayı	219	418	265	217	67	18	1204	2,6	1,15
	%	18,2	34,7	22,0	18,0	5,6	1,5	100,0		
Turizm, İlimizin tarihi mekânların restorasyonu ve doğal kaynakların korunmasına imkân sunmaktadır.	Sayı	33	126	209	526	294	16	1204	3,8	1,02
	%	2,7	10,5	17,4	43,7	24,4	1,3	100,0		
İlimizde, turizm sayesinde yollar ve diğer kamu alanlarının standartları yüksek tutulmaktadır.	Sayı	47	112	234	498	298	15	1204	3,7	1,06
	%	3,9	9,3	19,4	41,4	24,8	1,2	100,0		
Turizm, İlimizde trafik yoğunluğu, gürültü ve kirliliğe neden olmaktadır.	Sayı	257	381	256	207	89	14	1204	2,6	1,21
	%	21,3	31,6	21,3	17,2	7,4	1,2	100,0		
Turizm, ilimizde sahillerin, parkların, piknik alanlarının rahatsız edici bir şekilde kalabalıklaşmasına neden olmaktadır.	Sayı	319	318	275	189	88	15	1204	2,5	1,24
	%	26,5	26,4	22,8	15,7	7,3	1,2	100,0		
İlimizde otel ve diğer turistik yapıların inşa edilmesi doğal çevrenin bozulmasına neden olmaktadır.	Sayı	233	336	206	254	166	9	1204	2,8	1,34
Genel ortalama	%	19,4	27,9	17,1	21,1	13,8	,7	100,0		



Turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik düşüncelerle ilgili ifadelere verilen cevapların ortalamaları dikkate alındığında en yüksek ortalamaya sahip olunan ifade/düşüncenin, yerel halkın tarafından en çok benimsenen düşünce olduğu söylenebilir.

Tablo 5.18. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Ortalamalar Tablosu

Madde no	İFADELER	Ortalama
1	Turizm sayesinde, İlimiz daha fazla yatırım ve para çekmektedir.	4,2
2	İlimizde turistlerin fazla para harcamaları sayesinde yaşam standartlarımız hızlı bir şekilde yükselmektedir.	4
3	İlimizde turizmin gelişmesiyle birlikte birçok ürün ve hizmetlerin fiyatı artmaktadır.	3,9
6	Dünyanın birçok yerinden gelen turistlerle bir arada olmak, mükemmel bir deneyim.	3,8
11	Turizm, İlimizin tarihi mekânların restorasyonu ve doğal kaynakların korunmasına imkân sunmaktadır.	3,8
12	İlimizde, turizm sayesinde yollar ve diğer kamu alanlarının standartları yüksek tutulmaktadır.	3,7
7	Turizm, yerel halka boş zamanlarını değerlendirebileceği (yüzme havuzu, tenis kortları) olanaklar sunmaktadır.	3,6
4	İlimizde turizm sadece küçük gruplara fayda sağlamaktadır	3,3
5	İlimizde turizm, yerlilerden ziyade yabancılara iş imkânı sağlamaktadır.	3,3
8	İlimizde turistlerin yüksek harcama yapması, hayatımızda istenmeyen bir etki oluşturmaktadır.	2,8
15	İlimizde otel ve diğer turistik yapıların inşa edilmesi doğal çevrenin bozulmasına neden olmaktadır.	2,8
9	Turizm, ilimizin geleneksel kültüründe değişmelere neden olmaktadır.	2,7
10	İlimiz turizm bölgesi olmasından dolayı, yerel halk düşük bir yaşam kalitesine sahiptir.	2,6
13	Turizm, İlimizde trafik yoğunluğu, gürültü ve kirliliğe neden olmaktadır.	2,6
14	Turizm, ilimizde sahillerin, parkların, piknik alanlarının rahatsız edici bir şekilde kalabalıklaşmasına neden olmaktadır.	2,5
	Genel ortalama	3,3

Tablo'daki ifadelere katılım düzeylerine bakıldığında en yüksek katılımların turizmin ekonomik etkilerine yönelik olduğu; düşük katılımın ise turizmin negatif çevresel etkilerine yönelik olduğu görülmektedir.

### 5.3. Faktör Analizleri

Dini yönelimlerin, seküler dünya görüşün, turistlere yönelik tutumların, turizm faaliyetlerinin etkilerinin alt boyutları keşfetmek için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

### 5.3.1. Dini yönelimler ölçeğine ilişkin faktör analizi

Tablo 5.19.'da dini yönelimle ilgili faktör değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 5.19. Dini Yönelim Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu

Faktör	Toplam faktör yükü	Açıklanan varyans %	Birikimli açıklanan varyans %
<b>Faktör 1: Dini İbadet Konusundaki Tutum</b>	5,663	18,877	18,877
<b>Faktör 2: Dini İnanç Konusundaki Tutum</b>	5,525	18,418	37,295
<b>Faktör 3: Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	2,801	9,338	46,633
<b>Faktör 4: İncancı Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	1,857	6,190	52,822
<b>Faktör 5: Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	1,764	5,882	58,704

Kaiser-Meyer-Olkin: 0,947, Bartlett's Küresellik testi: ki-kare istatistiği=16040,581; sd:435; p=0,000<0,05 ve faktörlerin varyans açıklama oranı %58,7'dir.

Çalışma grubundan elde edilen verilerin açıklayıcı faktör analizine uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi ile açıklanabilir (Çokluk, Şekercioglu, Büyüköztürk, 2012; Büyüköztürk, 2010; Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008). Kaiser-Meyer-Olkin değerinin yüksek olması, ölçekteki her bir değişkenin, diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edilebileceği anlamına gelir. Değerlerin sıfır ya da sıfıra yakın çıkması durumunda, korelasyon dağılımında, bir dağınıklık olduğu için bu değerlere dayalı olarak yorum yapılamaz. Kaiser-Meyer-Olkin testi sonucunda, değer 0.50'den düşük olması halinde faktör analizine devam edilemeyeceği yorumu yapılır (Çokluk ve diğ., 2012: 207).

Field (2000) de Kaiser-Meyer-Olkin testi için 0.50 değerinin alt sınırı olması gerektiğini ve  $KMO \leq 0.50$  için veri kümesinin faktörlenemeyeceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda Bartlett Testinin anlamlı ve Kaiser-Meyer-Olkin Testinin ise 0.50'den büyük çıkması beklenmektedir. Bartlett Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin testi sonuçları yukarıda verilmiştir. KMO değeri 0.947 olarak tespit edilmiş ve bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "mükemmel" (Çokluk ve ark., 2012: 207) olduğunu göstermektedir. Ayrıca Bartlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare istatistiği=16040,581 ; sd:435 ; p=0,000<0,05 anlamlı çıkmaktadır. Tablo 5.20.'de dini yönelimin alt boyutlarını belirlemek için yapılan faktör analizinin değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 5.20. Dini Yönelim İçin Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu ve Cronbach's Alpha İstatistiği

	FAKTÖRLER					Alpha
	1	2	3	4	5	
<b>Faktör 1: İbadet Konusundaki Tutum</b>						<b>0,906</b>
AA13 Kandil gecelerini diğer günlerden biraz daha farklı olarak (ibadet ederek, Mevlit, Kur'an dinleyerek) dini ağırlıklı geçiririm.	,777					
AA22 Bazı mübarek günlerde oruç tutarım	,769					
AA17 Nafile (farz olmayan) ibadetler yaparım	,754					
AA21 İçki içmek ve kumar oynamanın dinen yasak olduğuna inanırım	,747					
AA18 Ramazan ayı boyunca oruç tutarım	,712					
AA19 Maddi durumum elverirse hacca gitmek isterim	,641					
AA11 İnançma göre hareket etmediğim zaman, içimde bir huzursuzluk duyarım	,634					
AA12 Dini kuralları yerine getirme zorunluluğu hissederim	,625					
AA16 Yanlış dini tutum ve davranışlarımı düzeltmeye çalışırım	,546					
AA15 Düzenli olarak beş vakit namaz kılarım.	,533					
AA7 Kadere, hayır ve şerrin Allah'tan olduğuna inanırım	,491					
<b>Faktör 2: İnanç Konusundaki Tutum</b>						<b>0,904</b>
AA9 Hz. Muhammed'in Allah'ın elçisi (peygamberi) olduğuna inanırım.		,802				
AA1 Allah'ın, söylediğimiz ve yaptığımız her şeyi bildiğine inanırım.		,799				
AA2 Hata işlediğim zaman Allah'tan af dilerim		,764				
AA24 İslam dininin hayatıma bir gaye ve anlam kazandırdığını düşünüyorum		,735				
AA4 Kur'an'da anlatılanların hepsinin doğru ve her çağda geçerli olduğuna inanırım.		,660				
AA5 Allah'ın varlığına inanırım		,642				
AA10 Allah kıyamet günü bana da merhamet eder diye umarım		,623				
AA27 Dua ederim.		,601				
AA25 Dini tutum ve davranışlarımda tutarlı ve dengeli olmaya çalışırım.		,554				
<b>Faktör 3: Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>						<b>0,755</b>
AA29 Dini kuralları sıkıcı bulurum (-)			-,718			
AA30 Dini kuralların, günlük yaşama hiçbir katkısının olmadığına inanırım(-)			-,663			
AA15 Kur'an'da çağımıza hitap etmeyen bazı hükümlerin olduğunu düşünürüm (-)			-,608			
AA8 Ölümden sonra Ahiret hayatına (Cennet ve Cehenneme) inanmam (-)			-,532			
AA6 Kişinin dini uğruna birtakım güçlüklerle katlanmasını anlamsız bulurum(-)			-,516			
<b>Faktör 4: İnançsız Başkalarına Aktarma Tutumu</b>						<b>0,537</b>
AA28 İnsanları iyiliğe yönlendirip, onları kötülükten uzaklaştırmaya çalışırım				,797		
AA3 Melek gibi gözle görülmeyen varlıklara inanırım (-)				,661		
AA26 Dinimi başkalarına da anlatmaya çalışırım				,493		
<b>Faktör 5: Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>						<b>0,323</b>
AA20 Dini inancın gerekli olduğunu düşünürüm					,796	
AA23 Dini değerlere saygı gösteririm					,571	

Not: (-) işaretli maddeler ters çevrilmiştir, ifade değiştirilmiştir!

Dini yönelimler ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu 5 alt boyut oluşmuştur. Faktörleri oluşturan ölçek maddeleri incelenerek faktörler ; 1: Dini İbadet Konusundaki

Tutum, 2: Dini İnanç Konusundaki Tutum, 3: Dini İnanç Karşıtı Tutum, 4: İncancını Başkalarına Aktarma Tutumu, 5: Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum şeklinde adlandırılmıştır. Oluşan alt faktörlerin geçerliliğini ölçmek için cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Dini İbadet Konusundaki Tutum boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0,906, Dini İnanç Konusundaki Tutumun 0,904, Dini İnanç Karşıtı Tutumun 0,755, İncancını Başkalarına Aktarma Tutumun 0,537, Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutumun 0,323 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre Dini İbadet Konusundaki Tutum boyutundaki, Dini İnanç Konusundaki Tutum boyutundaki ve Dini İnanç Karşıtı Tutumdaki maddeler toplanabilirlik özelliğine sahip iken diğer iki boyut görece olarak bu konuda zayıf karakter göstermektedir. Araştırma konusuyla ilgili hipotez testlerinde 5 boyut dikkate alınarak ve bu boyutları oluşturan ifadelerin ortalaması hesaplanarak analiz yapılacaktır.

### 5.3.2. Seküler dünya görüşü ölçeğine yönelik faktör analizi

Tablo 5.21.'de seküler dünya görüşüne ilişkin yapılan faktör analizine ilişkin analiz değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 5.21. Seküler Dünya Görüşü Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu

Faktör	Toplam faktör yükü	Açıklanan varyans %	Birikimli açıklanan varyans %
<b>Faktör 1: Seküler Dünya Görüşü</b>	3,408	37,869	37,869
<b>Faktör 2: İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	2,406	26,731	64,600

Kaiser-Meyer-Olkin: 0,849, Bartlett's Küresellik testi: ki-kare istatistiği=4669,989; sd:36; p=0,000<0,05, ve faktörlerin varyans açıklama oranı %64,6'dır.

KMO değeri 0.849 olarak tespit edilmiş ve bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "mükemmel" (Çokluk ve ark., 2012: 207) olduğunu göstermektedir. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare istatistiği=4669,989 ; sd:36 ; p=0,000<0,05 anlamlı çıkmaktadır. Tablo 5.22.'de Seküler dünya görüşüne ilişkin faktör yükleri değerleri yer almaktadır.

Tablo 5.22. Seküler Dünya Görüşü Üzerine Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu

	FAKTÖRLER		Alpha
	1	2	
<b>Faktör 1: Seküler Dünya Görüşü</b>			<b>0,852</b>
BB8 Eski inançlarımdan veya dünya görüşümden gittikçe koptum	,900		
BB7 Galiba zamanla ailemde görüp öğrendiğim inanç veya dünya görüşünden uzaklaştım.	,869		
BB9 Zamanla önceki inanç/dünya görüşümden ayrıлып kendime göre yenilerini geliştirdim	,856		
BB6 Yaşamda en iyisi dini konulardan bu konulardan uzak durmaktır.	,629		
BB5 Tanrıyla ilgili konular bilinemez.	,614		
BB1 Aslında ben bütün dinlere karşıyım.	,541		
<b>Faktör 2: İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>			<b>0,786</b>
BB2 Yüce bir varlığa inanırım fakat hiç bir dini kabul etmem.		,844	
BB3 İslam'ın temel değerlerine ve düşüncelerine inanmam.		,830	
BB4 Benim için dini konulardan ziyade dünyevi konular daha önemlidir.		,780	

Seküler dünya görüşü ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu 2 alt boyut oluşmuştur. Faktörleri oluşturan ölçek maddeleri incelenerek faktörler; 1: Seküler Dünya Görüşü, 2: İnanca Yönelik Negatif Tutum şeklinde adlandırılmıştır. Oluşan alt faktörlerin geçerliliğini ölçmek için cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Seküler Dünya Görüşü boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0,852, İnanca Yönelik Negatif Tutumun 0,786 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre her iki boyuttaki maddeler toplanabilirlik özelliğine sahiptir ve araştırma konusuyla ilgili hipotez testlerinde, faktörleri oluşturan maddelere verilen cevapların ortalaması hesaplanarak analiz yapılabilir.

### 5.3.3. Turistlere yönelik tutumlar ölçeğine yönelik faktör analizi

Tablo 5.23. Turistlere Yönelik Tutumlar Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu

Faktör	Toplam faktör yükü	Açıklanan varyans %	Birikimli açıklanan varyans %
<b>Faktör 1: Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	3,552	23,678	23,678
<b>Faktör 2: Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	2,856	19,040	42,717
<b>Faktör 3: Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	1,783	11,888	54,605
<b>Faktör 4: Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	1,634	10,894	65,499

Kaiser-Meyer-Olkin: 0,878, Bartlett's Küresellik testi: ki-kare istatistiği=6973,119; sd:105; p=0,000<0,05 ve faktörlerin varyans açıklama oranı %65,50'dir.

KMO değeri 0.78 olarak tespit edilmiş ve bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için “mükemmel” (Çokluk ve ark., 2012: 207) olduğunu göstermektedir. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare istatistiği=6973,119; sd:105; p=0,000<0,05 anlamlı çıkmaktadır.

Tablo 5.24. Turistlere Yönelik Tutumlar Üzerine Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu

	FAKTÖRLER				Alpha
	1	2	3	4	
<b>Faktör 1: Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>					<b>0,844</b>
CC10 Turizm kültürel yapımızı bozmaktadır.	,773				
CC14 Turizmin gelişmesi, toplumda kötü alışkanlıkları yaygınlaştırmaktadır.	,745				
CC13 Yerel toplum turistlere özenmektedir.	,730				
CC11 Yerel kültürümüz kaybolmaktadır.	,695				
CC15 Bölgemiz turizmin gelişmesi nedeniyle kültürel ve gelenek görenekler açısından ciddi bir yozlaşma yaşamaktadır.	,691				
CC8 Turistlerle tanışmak benim için çok önemli değildir	,570				
CC1 Bölgemizde turizmin gelişmesinden memnun değilim.(Şıklar Ters Çevrilmiştir, İfade Değiştirilmiştir!)	,552				
<b>Faktör 2: Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>					<b>0,819</b>
CC3 Yabancı turistlerle karşılaşmak beni memnun eder.		,770			
CC7 Turistlerle samimi ilişkilere girmekten kaçınmam		,765			
CC2 Yabancı turistlerin gelmesini hoş karşılarım.		,740			
CC4 Yabancı turistlerle tanışmak benim için önemli bir deneyimdir.		,739			
<b>Faktör 3: Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>					<b>0,749</b>
CC5 Turistler bölgemize ticari katkı yapmaktadırlar.			,760		
CC6 Turistler bölgemiz için önemli bir gelir kaynağıdır.			,681		
<b>Faktör 4: Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>					<b>0,676</b>
CC12 Aile bağlarımız zayıflamaktadır				,811	
CC9 Bölgemizde meydana gelen suç oranlarının artmasında turistlerin önemli etkisi vardır.				,794	

Turistlere yönelik tutumlar ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu 4 alt boyut oluşmuştur. Faktörleri oluşturan ölçek maddeleri incelenerek faktörler; 1: Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum, 2: Turistlere Yönelik Olumlu Tutum, 3: Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı, 4: Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı şeklinde adlandırılmıştır. Oluşan alt faktörlerin geçerliliğini ölçmek için cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır.

Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0,844, Turistlere Yönelik Olumlu Tutumun 0,819, Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısının 0,749, Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısının 0,676 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre her bir boyutu oluşturan maddeler toplanabilirlik özelliğine sahiptir ve araştırma konusuyla ilgili araştırılacak hipotez testlerinde, faktörleri oluşturan maddelere verilen cevapların ortalaması hesaplanarak analiz yapılabilir.

### 5.3.4. Turizm faaliyetlerinin etkileri ölçeğine yönelik faktör analizi

Tablo 5.25. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Unsurlar Üzerine Faktör Analizi, Açıklanan Varyans Tablosu

Faktör	Toplam faktör yükü	Açıklanan varyans %	Birikimli açıklanan varyans %
<b>Faktör 1: Turizmin Çevresel Olumsuz Etkileri</b>	3,439	22,924	22,924
<b>Faktör 2: Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	2,982	19,882	42,806
<b>Faktör 3: Turizmin Diğer etkileri</b>	1,913	12,751	55,557

Kaiser-Meyer-Olkin: 0,849, Bartlett's Küresellik testi: ki-kare istatistiği=5632,063; sd:105; p=0,000<0,05 ve faktörlerin varyans açıklama oranı %55,56'dır.

KMO değeri 0,849 olarak tespit edilmiş ve bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "mükemmel" (Çokluk ve ark., 2012: 207) olduğunu göstermektedir. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare istatistiği=5632,063; sd:105; p=0,000<0,05 anlamlı çıkmaktadır.

Tablo 5.26. Turizm Faaliyetlerinin Etkilerine Yönelik Unsurlar Üzerine Faktör Analizi, Faktör Yükleri Tablosu

	FAKTÖRLER			Alpha
	1	2	3	
<b>Faktör 1: Turizmin Çevresel Olumsuz Etkileri</b>				<b>0,840</b>
DD14 Turizm, ilimizde sahillerin, parkların, piknik alanlarının rahatsız edici bir şekilde kalabalıklaşmasına neden olmaktadır.	,822			
DD9 Turizm, ilimizin geleneksel kültüründe değişmelere neden olmaktadır.	,781			
DD13 Turizm, İlimizde trafik yoğunluğu, gürültü ve kirliliğe neden olmaktadır.	,774			
DD15 İlimizde otel ve diğer turistik yapıların inşa edilmesi doğal çevrenin bozulmasına neden olmaktadır.	,710			
DD8 İlimizde turistlerin yüksek harcama yapması, hayatımızda istenmeyen bir etki oluşturmaktadır.	,676			
DD10 İlimiz turizm bölgesi olmasından dolayı, yerel halk düşük bir yaşam kalitesine sahiptir.	,627			
<b>Faktör 2: Turizmin Ekonomik Etkileri</b>				<b>0,787</b>
DD11 Turizm, İlimizin tarihi mekânların restorasyonu ve doğal kaynakların korunmasına imkân sunmaktadır.		,749		
DD12 İlimizde, turizm sayesinde yollar ve diğer kamu alanlarının standartları yüksek tutulmaktadır.		,696		
DD7 Turizm, yerel halka boş zamanlarını değerlendirebileceği (yüzme havuzu, tenis kortları) olanaklar sunmaktadır.		,649		
DD2 İlimizde turistlerin fazla para harcamaları sayesinde yaşam standartlarımız hızlı bir şekilde yükselmektedir.		,631		
DD3 İlimizde turizmin gelişmesiyle birlikte birçok ürün ve hizmetlerin fiyatı artmaktadır.		,589		
DD1 Turizm sayesinde, İlimiz daha fazla yatırım ve para çekmektedir.		,574		
DD6 Dünyanın birçok yerinden gelen turistlerle bir arada olmak, mükemmel bir deneyim.		,547		
<b>Faktör 3: Turizmin Diğer etkileri</b>				<b>0,742</b>
DD5 İlimizde turizm, yerlilerden ziyade yabancılara iş imkânı sağlamaktadır.			,831	
DD4 İlimizde turizm sadece küçük gruplara fayda sağlamaktadır			,824	

Turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik unsurlar ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu 3 alt boyut oluşmuştur. Faktörleri oluşturan ölçek maddeleri incelenerek faktörler;

1: Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri, 2: Turizmin Ekonomik Etkileri, 3: Turizmin Diğer etkileri şeklinde adlandırılmıştır. Oluşan alt faktörlerin geçerliliğini ölçmek için cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır.

Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0,840, Turizmin Ekonomik Etkilerinin 0,787, Turizmin Diğer etkilerinin 0,742 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre her bir boyutu oluşturan maddeler toplanabilirlik özelliğine sahiptir ve araştırma konusuyla ilgili araştırılacak hipotez testlerinde, faktörleri oluşturan maddelere verilen cevapların ortalaması hesaplanarak analiz yapılabilir.

#### **5.4. Korelasyon Analizleri ve Hipotez Testleri**

Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın dini yönelim ve dünya görüşünün, turizm faaliyetlerine ve turistlere yönelik tutumları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan bu araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir. Hipotezler sıfır hipotez(yokluk) temelinde kurulmuştur.

Hipotez 1: Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın dini yönelimi arttıkça turistlere yönelik tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 1'i test etmek için dini yönelimin alt boyutları ve turistlere yönelik tutumların alt boyutları dikkate alındığında hipotez 1'in alt hipotezleri aşağıdaki gibi olmaktadır.

- Hipotez 1<sub>a</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumsuz tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>b</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumlu tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>c</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça turistlere yönelik ekonomik bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>d</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.



- Hipotez 1<sub>e</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumsuz tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>f</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumlu tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>g</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça turistlere yönelik ekonomik bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>h</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>i</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç karşıtlık düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumsuz tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>j</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç karşıtlık düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumlu tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>k</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç karşıtlık düzeyi arttıkça turistlere yönelik ekonomik bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 1<sub>l</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç karşıtlık düzeyi arttıkça turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 1’i test etmek için korelasyon analizlerinden yararlanılmış ve analiz sonuçlarına aşağıdaki Tablo 5.27.’da yer verilmiştir.

Tablo 5.27. Korelasyon Analizi Tablosu-1

		Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı
<b>Dini İbadet Konusundaki Tutum</b>	r	,053	,027	,184*	-,063*
	p	,065	,343	,000	,029
	n	1197	1195	1194	1188
<b>Dini İnanç Konusundaki Tutum</b>	r	,013	,095*	,150*	-,088*
	p	,642	,001	,000	,002
	n	1198	1197	1195	1189
<b>Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	r	-,098*	-,038	-,046	,059*
	p	,001	,193	,110	,041
	n	1197	1195	1194	1188
<b>İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	r	-,155*	-,031	,068*	-,304*
	p	,000	,286	,019	,000
	n	1198	1197	1195	1189
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	r	,276*	-,139*	-,125*	,107*
	p	,000	,000	,000	,000
	n	1194	1193	1191	1185

r:Pearson korelasyon katsayısı, p: olasılık/anlamlılık düzeyi, n:korelasyon katsayısının hesaplandığı örnek büyüklüğü, \*: korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizleri sonucunda Hipotez 1<sub>c</sub> , Hipotez 1<sub>d</sub> , Hipotez 1<sub>f</sub> , Hipotez 1<sub>g</sub> , Hipotez1<sub>h</sub>, Hipotez 1<sub>i</sub> , Hipotez 1<sub>k</sub> ‘yi reddetmek için istatistiki olarak anlamlı bulgulara

ulaşmıştır. İbadet konusundaki tutum ve davranışlar arttıkça, turistlere yönelik ekonomik bakış açısı artarken turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı azalmaktadır. İnanç konusundaki tutumlar arttıkça, turistlere yönelik olumlu tutum, turistlere yönelik ekonomik bakış açısı artarken turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı azalmaktadır. İnanç karşıtı tutum arttıkça, turistlere yönelik olumsuz tutum azalırken, turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı artmaktadır.

Hipotez 2: Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın dini yönelimi arttıkça turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 2'yi test etmek için dini yönelimin alt boyutları ve turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik düşüncelerin alt boyutları dikkate alındığında hipotez 2'nin alt hipotezleri aşağıdaki gibi olmaktadır.

- Hipotez 2<sub>a</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>b</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça Turizmin Ekonomik Etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>c</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın ibadet düzeyi arttıkça Turizmin Diğer etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>d</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>e</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça Turizmin Ekonomik Etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>f</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın inanç düzeyi arttıkça Turizmin Diğer etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>g</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın **inanç karşıtlık** düzeyi arttıkça Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 2<sub>h</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın **inanç karşıtlık** düzeyi arttıkça Turizmin Ekonomik Etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.

- Hipotez 2, Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın **inanç karışıklık** düzeyi arttıkça Turizmin Diğer etkileri hakkındaki düşüncelerinde bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 2'yi test etmek için korelasyon analizlerinden yararlanılmış ve analiz sonuçlarına aşağıdaki Tablo 5.28.'da yer verilmiştir.

Tablo 5.28. Korelasyon Analizleri-2

		<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	<b>Turizmin Diğer etkileri</b>
<b>Dini İbadet Konusundaki Tutum</b>	r	,068*	,155*	-,056
	p	,018	,000	,054
	n	1189	1197	1189
<b>Dini İnanç Konusundaki Tutum</b>	r	-,051	,128*	,023
	p	,082	,000	,432
	n	1190	1198	1190
<b>Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	r	-,022	-,041	,044
	p	,450	,160	,133
	n	1189	1197	1189
<b>İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	r	-,200*	,140*	,051
	p	,000	,000	,081
	n	1190	1198	1190
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	r	,295*	-,194*	-,313*
	p	,000	,000	,000
	n	1186	1194	1186

r: Pearson korelasyon katsayısı, p: olasılık/anlamlılık düzeyi, n: korelasyon katsayısının hesaplandığı örnek büyüklüğü, \*: korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizleri sonucunda Hipotez 2<sub>a</sub>, Hipotez 2<sub>b</sub>, Hipotez 2<sub>c</sub>'i reddetmek için istatistiki olarak anlamlı bulgulara ulaşılmıştır. İbadetleri yerine getirme düzeyi arttıkça, turizmin çevresel olumsuz etkileri hakkındaki düşünceler, turizmin olumlu ekonomik etkileri hakkındaki düşünceler de artmaktadır. İnanç düzeyi yükseldikçe, turizmin ekonomik etkileri hakkındaki düşünceler de artmaktadır.

Hipotez 3: Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüşü arttıkça turistlere yönelik tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 3'ü test etmek için seküler dünya görüşü alt boyutları ve turistlere yönelik tutumların alt boyutları dikkate alındığında hipotez 3'ün alt hipotezleri aşağıdaki gibi olmaktadır.

- Hipotez 3<sub>a</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumsuz tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>b</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumlu tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>c</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça turistlere yönelik ekonomik bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>d</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>e</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumsuz tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>f</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça turistlere yönelik olumlu tutumlarında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>g</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça turistlere yönelik ekonomik bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 3<sub>h</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısında bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 3'ü test etmek için korelasyon analizlerinden yararlanılmış ve analiz sonuçlarına aşağıdaki Tablo 5.29.'de yer verilmiştir.

Tablo 5.29. Korelasyon Analizleri-3

		<b>Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	r	,416*	,037	-,035	,210*
	p	,000	,200	,225	,000
	n	1192	1192	1189	1183
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	r	-,091*	,026	-,073*	,103*
	p	,002	,365	,012	,000
	n	1189	1189	1186	1180

r:Pearson korelasyon katsayısı, p: olasılık/anlamlılık düzeyi, n:korelasyon katsayısının hesaplandığı örnek büyüklüğü, \*: korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizleri sonucunda Hipotez 3a, Hipotez 3d, Hipotez 3e, Hipotez 3g Hipotez 3h'i reddetmek için istatistiki olarak anlamlı bulgulara ulaşılmıştır.

Seküler dünya görüşü arttıkça, turistlere yönelik olumsuz tutum ve turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı da artmaktadır. İnanca yönelik negatif tutum arttıkça, turistlere yönelik negatif tutum ve turistlere yönelik ekonomik bakış açısı azalırken turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı artmaktadır.

Hipotez 4: Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüşü Turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik unsurlar hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 4'ü test etmek için seküler dünya görüşü alt boyutları ve Turizm faaliyetlerinin etkilerine yönelik unsurlar hakkındaki görüşlerin alt boyutları dikkate alındığında hipotez 4'ün alt hipotezleri aşağıdaki gibi olmaktadır.

- Hipotez 4<sub>a</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 4<sub>b</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça Turizmin Ekonomik Etkileri hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 4<sub>c</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın seküler dünya görüş düzeyi arttıkça Turizmin Diğer etkileri hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 4<sub>d</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.
- Hipotez 4<sub>e</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça Turizmin Ekonomik Etkileri hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.

- Hipotez 4<sub>f</sub> Turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın İnanca Yönelik Negatif Tutum düzeyi arttıkça Turizmin Diğer etkileri hakkındaki görüşlerinde bir değişiklik olmamaktadır.

Hipotez 4'ü test etmek için korelasyon analizlerinden yararlanılmış ve analiz sonuçlarına aşağıdaki Tablo 5.30.'da yer verilmiştir.

Tablo 5.30. Korelasyon Analizleri-4

		<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	<b>Turizmin Diğer Etkileri</b>
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	r	,456*	,087*	,118*
	p	,000	,003	,000
	n	1184	1192	1184
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	r	-,050	,008	,077*
	p	,088	,791	,008
	n	1181	1189	1181

r:Pearson korelasyon katsayısı, p: olasılık/anlamlılık düzeyi, n:korelasyon katsayısının hesaplandığı örnek büyüklüğü, \*: korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizleri sonucunda Hipotez 4<sub>a</sub>, Hipotez 4<sub>b</sub>, Hipotez 4<sub>c</sub> Hipotez 4<sub>f</sub>'yi reddetmek için istatistik olarak anlamlı bulgulara ulaşılmıştır. Seküler dünya görüşü arttıkça, turizmin çevresel olumsuz etkileri olduğu, turizmin ekonomik etkileri, turizmin diğer etkileri hakkındaki düşünceler de artmaktadır. İnanca yönelik negatif tutum arttıkça, turizmin diğer etkileri hakkındaki düşünceler de artmaktadır.

Korelasyon analizlerine dayalı hipotez testleri değerlendirildiğinde; yerel toplumun dini yönelimi arttıkça turistlere bakış açısı olumlu olup turizm de ekonomik yönlü bir faaliyet olarak algılanmaktadır. İnanç ve ibadetlerdeki düşük katılım düzeyi, aynı zamanda turistlere yönelik olumsuz tutumları da beraberinde getirmektedir. Öte yandan seküler dünya görüşüne ilişkin ifadeler katılıma katılmaya turistik turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı da artmakta ve turizm faaliyetleri daha negatif algılanmaktadır. Bu negatif algılar turizmin çevresel etkilerinin olumsuz algılanması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

## 5.5. Farklılık Analizleri

Demografik değişkenlere göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadeler katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için bağımsız gruplar t-testleri ve tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır.

Cinsiyete göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadeler katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için bağımsız gruplar t-testleri yapılmıştır. Tablo 5.31.'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.31. Cinsiyete Göre Farklılıklar İçin Yapılan T-Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Levene's Test	Levene p	t	t-test p
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Kadın	545	3,9	0,78	,007	,934	1,385	,166
	Erkek	652	3,8	0,79				
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Kadın	545	4,4	0,56	,103	,748	,345	,730
	Erkek	653	4,4	0,55				
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Kadın	545	1,8	0,69	3,045	,081	-2,482	<b>,013</b>
	Erkek	652	1,9	0,76				
İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu	Kadın	545	4,1	0,82	6,944	,009	-,394	,694
	Erkek	653	4,1	0,75				
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Kadın	542	3,9	0,88	2,585	,108	-1,588	,113
	Erkek	652	4,0	0,87				
Seküler Dünya Görüşü	Kadın	539	1,8	0,78	3,833	,050	,368	,713
	Erkek	653	1,8	0,74				
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Kadın	537	1,6	0,63	,009	,924	-,236	,814
	Erkek	652	1,6	0,62				
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Kadın	548	2,4	0,78	6,549	,011	-2,852	<b>,004</b>
	Erkek	656	2,5	0,87				
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Kadın	545	3,9	0,77	,022	,883	-2,137	<b>,033</b>
	Erkek	655	4,0	0,75				
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Kadın	548	4,1	0,80	3,802	,051	-,601	,548
	Erkek	653	4,1	0,87				
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Kadın	543	2,2	0,98	,310	1,155	,248	,310
	Erkek	652	2,1	0,92				
Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri	Kadın	543	2,6	0,94	1,368	,242	-1,964	<b>,050</b>
	Erkek	653	2,7	0,93				
Turizmin Ekonomik Etkileri	Kadın	548	3,8	0,71	4,129	,042	-2,419	<b>,016</b>
	Erkek	656	3,9	0,68				
Turizmin Diğer etkileri	Kadın	545	3,4	1,10	21,853	,000	2,798	<b>,005</b>
	Erkek	651	3,2	1,23				

Tablo 5.31.'deki analiz sonuçlarına göre değişkenlerle ilgili olarak kadın ve erkeklerin ifadeleri katılım ortalamaları birbirine yakın çıkmıştır. Bazı değişkenlerde (Örn: Turistlere yönelik ekonomik bakış açısı gibi) ortalamalar eşit konumdadır. Bununla

birlikte istatistiki olarak anlamlı farklılık olarak kabul edilebilen değerler üzerinden şu değerlendirmeler yapılabilir.

- Erkekler, turistlere, kadınlara göre daha fazla inanç karşıtı tutum sergilemektedir.
- Erkeklerin turistlere yönelik olumsuz tutumu kadınlara göre daha fazladır.
- Erkekler, turizmin çevresel olumsuz etkisi olduğunu kadınlardan daha fazla düşünmektedir.
- Erkekler, turizmin ekonomik etkisinin olduğunu kadınlardan daha fazla düşünmektedir
- Erkekler turizmin diğer etkileri kapsamındaki konuları kadınlardan daha fazla benimsemektedir.

Yaş gruplarına göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.32’de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.32. Yaş Gruplarına Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Yaş Aralıkları	n	Ortalama	Standart sapma			St	Fark
Dini İbadet Konusundaki Tutum	18-24 yaş	293	3,8	,73	Levene Statistic	4,952	A	
	25-34 yaş	297	3,9	,70	Sig.	0,000	B	
	35-44 yaş	290	3,8	,84	Welch	0,900	C	
	45-54 yaş	190	3,8	,81	Sig.	0,483	D	
	55-64 yaş	104	3,7	,98			E	
	65 yaş ve üzeri	19	3,7	,94			F	
	Toplam	1193	3,8	,79				
Dini İnanç Konusundaki Tutum	18-24 yaş	294	4,4	,62	Levene Statistic	2,877	A	
	25-34 yaş	297	4,5	,44	Sig.	,014	B	
	35-44 yaş	289	4,4	,59	Welch	1,393	C	
	45-54 yaş	191	4,4	,50	Sig.	,229	D	
	55-64 yaş	104	4,4	,66			E	
	65 yaş ve üzeri	19	4,5	,32			F	
	Toplam	1194	4,4	,55				



Tablo 5.32. (Devamı)

Boyutlar	Yaş Aralıkları	n	Ort	St. sapma			St	Fark
Dini İnanç Karşıtı Tutum	18-24 yaş	293	1,9	,73	Levene Statistic	2,211	A	
	25-34 yaş	297	1,7	,67	Sig.	,051	B	
	35-44 yaş	290	1,8	,72	F	1,946	C	
	45-54 yaş	190	1,9	,82	Sig.	,084	D	
	55-64 yaş	104	1,9	,75			E	
	65 yaş ve üzeri	19	1,7	,50			F	
	Toplam	1193	1,8	,73				
İnançını Başkalarına Aktarma Tutumu	18-24 yaş	294	4,1	,79	Levene Statistic	,791	A	
	25-34 yaş	297	4,1	,82	Sig.	,556	B	
	35-44 yaş	289	4,2	,77	F	,692	C	
	45-54 yaş	191	4,1	,76	Sig.	,629	D	
	55-64 yaş	104	4,1	,75			E	
	65 yaş ve üzeri	19	3,9	,74			F	
	Toplam	1194	4,1	,78				
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	18-24 yaş	292	4,1	,87	Levene Statistic	1,683	A	CDE
	25-34 yaş	297	4,0	,86	Sig.	,136	B	DE
	35-44 yaş	289	3,9	,87	F	7,477	C	
	45-54 yaş	190	3,8	,85	Sig.	,000	D	
	55-64 yaş	103	3,7	,90			E	
	65 yaş ve üzeri	19	4,2	,67			F	
	Toplam	1190	3,9	,88				
Seküler Dünya Görüşü	18-24 yaş	292	2,0	,91	Levene Statistic	6,617	A	BCDEF
	25-34 yaş	297	1,7	,74	Sig.	,000	B	
	35-44 yaş	286	1,7	,71	Welch	5,611	C	
	45-54 yaş	191	1,7	,66	Sig.	,000	D	
	55-64 yaş	103	1,7	,59			E	
	65 yaş ve üzeri	19	1,6	,43			F	
	Toplam	1188	1,8	,76				
İnanca Yönelik Negatif Tutum	18-24 yaş	291	1,6	,66	Levene Statistic	1,770	A	
	25-34 yaş	296	1,5	,61	Sig.	,116	B	
	35-44 yaş	286	1,6	,63	F	1,075	C	
	45-54 yaş	191	1,6	,61	Sig.	,373	D	
	55-64 yaş	102	1,6	,63			E	
	65 yaş ve üzeri	19	1,5	,42			F	
	Toplam	1185	1,6	,63				
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	18-24 yaş	294	2,6	,82	Levene Statistic	,210	A	E
	25-34 yaş	298	2,4	,81	Sig.	,958	B	
	35-44 yaş	292	2,4	,83	F	3,296	C	
	45-54 yaş	192	2,5	,83	Sig.	,006	D	
	55-64 yaş	105	2,3	,86			E	
	65 yaş ve üzeri	19	2,8	,87			F	
	Toplam	1200	2,5	,83				
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	18-24 yaş	294	4,0	,71	Levene Statistic	3,153	A	
	25-34 yaş	297	4,0	,81	Sig.	,008	B	
	35-44 yaş	291	3,9	,75	Welch	2,586	C	
	45-54 yaş	191	4,0	,79	Sig.	,028	D	
	55-64 yaş	104	4,1	,60			E	C
	65 yaş ve üzeri	19	3,6	,96			F	
	Toplam	1196	4,0	,76				
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	18-24 yaş	294	4,0	,82	Levene Statistic	,681	A	
	25-34 yaş	297	4,1	,86	Sig.	,638	B	
	35-44 yaş	291	4,1	,81	F	1,319	C	
	45-54 yaş	191	4,1	,87	Sig.	,253	D	
	55-64 yaş	105	4,2	,81			E	
	65 yaş ve üzeri	19	3,8	1,05			F	
	Toplam	1197	4,1	,84				

Tablo 5.32. (Devamı)

Boyutlar	Yaş Aralıkları	n	Ort	St. sapma			St	Fark
<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	18-24 yaş	291	2,1	,90	Levene Statistic	2,479	A	
	25-34 yaş	296	2,2	1,01	Sig.	,030	B	
	35-44 yaş	291	2,2	,94	Welch	1,113	C	
	45-54 yaş	190	2,2	,89	Sig.	,356	D	
	55-64 yaş	104	2,2	1,00			E	
	65 yaş ve üzeri	19	2,5	1,21			F	
	Toplam	1191	2,2	,95				
<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	18-24 yaş	291	2,9	,85	Levene Statistic	2,596	A	BCDE
	25-34 yaş	296	2,6	,94	Sig.	,024	B	
	35-44 yaş	291	2,6	,94	Welch	8,308	C	
	45-54 yaş	190	2,6	,94	Sig.	,000	D	
	55-64 yaş	105	2,4	,97			E	
	65 yaş ve üzeri	19	2,9	,92			F	
	Toplam	1192	2,7	,93				
<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	18-24 yaş	294	3,8	,63	Levene Statistic	1,544	A	
	25-34 yaş	298	3,8	,71	Sig.	,173	B	
	35-44 yaş	292	3,9	,71	F	1,139	C	
	45-54 yaş	192	3,9	,68	Sig.	,338	D	
	55-64 yaş	105	4,0	,75			E	
	65 yaş ve üzeri	19	3,7	,78			F	
	Toplam	1200	3,9	,69				
<b>Turizmin Diğer Etkileri</b>	18-24 yaş	292	3,0	1,16	Levene Statistic	2,259	A	
	25-34 yaş	297	3,2	1,20	Sig.	,047	B	
	35-44 yaş	291	3,4	1,16	Welch	10,642	C	AE
	45-54 yaş	190	3,5	1,12	Sig.	,000	D	A
	55-64 yaş	104	3,8	1,01			E	A
	65 yaş ve üzeri	18	2,6	1,23			F	
	Toplam	1192	3,3	1,18				

Varyans analizleriyle yaş gruplarına göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle yaş grupları arası dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.33.'te gösterilmiştir. Farklılık olan gruplar tabloda \* işareti ile belirtilmiştir.

Tablo 5.33. Yaş Gruplarına Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları

	Post Hoc	(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)		
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Bonferroni	18-24 yaş	25-34 yaş	,12332	,07143	1,000		
			35-44 yaş	,24957*	,07192	,008		
			45-54 yaş	,36711*	,08079	,000		
			55-64 yaş	,46966*	,09933	,000		
			65 yaş ve üzeri	-,05921	,20521	1,000		
		25-34 yaş	18-24 yaş	-,12332	,07143	1,000		
			35-44 yaş	,12625	,07161	1,000		
			45-54 yaş	,24379*	,08052	,038		
			55-64 yaş	,34634*	,09911	,007		
			65 yaş ve üzeri	-,18253	,20510	1,000		
		35-44 yaş	18-24 yaş	-,24957*	,07192	,008		
			25-34 yaş	-,12625	,07161	1,000		
			45-54 yaş	,11754	,08095	1,000		
			55-64 yaş	,22009	,09946	,406		
			65 yaş ve üzeri	-,30878	,20527	1,000		
		45-54 yaş	18-24 yaş	-,36711*	,08079	,000		
			25-34 yaş	-,24379*	,08052	,038		
			35-44 yaş	-,11754	,08095	1,000		
			55-64 yaş	,10255	,10605	1,000		
			65 yaş ve üzeri	-,42632	,20855	,617		
		55-64 yaş	18-24 yaş	-,46966*	,09933	,000		
			25-34 yaş	-,34634*	,09911	,007		
			35-44 yaş	-,22009	,09946	,406		
			45-54 yaş	-,10255	,10605	1,000		
			65 yaş ve üzeri	-,52887	,21640	,220		
		65 yaş ve üzeri	18-24 yaş	,05921	,20521	1,000		
			25-34 yaş	,18253	,20510	1,000		
			35-44 yaş	,30878	,20527	1,000		
			45-54 yaş	,42632	,20855	,617		
			55-64 yaş	,52887	,21640	,220		
		Seküler Dünya Görüşü	Games-Howell	18-24 yaş	25-34 yaş	,28292*	,06841	,001
					35-44 yaş	,28035*	,06768	,001
45-54 yaş	,28869*				,07138	,001		
55-64 yaş	,34411*				,07905	,000		
65 yaş ve üzeri	,39376*				,11189	,016		
25-34 yaş	18-24 yaş			-,28292*	,06841	,001		
	35-44 yaş			-,00256	,05980	1,000		
	45-54 yaş			,00578	,06396	1,000		
	55-64 yaş			,06119	,07241	,959		
	65 yaş ve üzeri			,11085	,10731	,902		
35-44 yaş	18-24 yaş			-,28035*	,06768	,001		
	25-34 yaş			,00256	,05980	1,000		
	45-54 yaş			,00834	,06318	1,000		
	55-64 yaş			,06376	,07173	,949		
	65 yaş ve üzeri			,11341	,10685	,892		

Tablo 5.33. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Sektörel Dünya Görüşü	Games-Howell	45-54 yaş	18-24 yaş	-,28869*	,07138	,001
			25-34 yaş	-,00578	,06396	1,000
			35-44 yaş	-,00834	,06318	1,000
			55-64 yaş	,05542	,07523	,977
			65 yaş ve üzeri	,10507	,10923	,926
		55-64 yaş	18-24 yaş	-,34411*	,07905	,000
			25-34 yaş	-,06119	,07241	,959
			35-44 yaş	-,06376	,07173	,949
			45-54 yaş	-,05542	,07523	,977
			65 yaş ve üzeri	,04965	,11439	,998
		65 yaş ve üzeri	18-24 yaş	-,39376*	,11189	,016
			25-34 yaş	-,11085	,10731	,902
			35-44 yaş	-,11341	,10685	,892
			45-54 yaş	-,10507	,10923	,926
			55-64 yaş	-,04965	,11439	,998
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Bonferroni	18-24 yaş	25-34 yaş	,18163	,06790	,114
			35-44 yaş	,16870	,06825	,204
			45-54 yaş	,15406	,07665	,670
			55-64 yaş	,30686*	,09392	,017
			65 yaş ve üzeri	-,16743	,19554	1,000
		25-34 yaş	18-24 yaş	-,18163	,06790	,114
			35-44 yaş	-,01292	,06802	1,000
			45-54 yaş	-,02756	,07645	1,000
			55-64 yaş	,12524	,09375	1,000
			65 yaş ve üzeri	-,34905	,19546	1,000
		35-44 yaş	18-24 yaş	-,16870	,06825	,204
			25-34 yaş	,01292	,06802	1,000
			45-54 yaş	-,01464	,07675	1,000
			55-64 yaş	,13816	,09400	1,000
			65 yaş ve üzeri	-,33613	,19558	1,000
		45-54 yaş	18-24 yaş	-,15406	,07665	,670
			25-34 yaş	,02756	,07645	1,000
			35-44 yaş	,01464	,07675	1,000
			55-64 yaş	,15280	,10027	1,000
			65 yaş ve üzeri	-,32149	,19867	1,000
		55-64 yaş	18-24 yaş	-,30686*	,09392	,017
			25-34 yaş	-,12524	,09375	1,000
			35-44 yaş	-,13816	,09400	1,000
			45-54 yaş	-,15280	,10027	1,000
			65 yaş ve üzeri	-,47429	,20595	,322
65 yaş ve üzeri	18-24 yaş	,16743	,19554	1,000		
	25-34 yaş	,34905	,19546	1,000		
	35-44 yaş	,33613	,19558	1,000		
	45-54 yaş	,32149	,19867	1,000		
	55-64 yaş	,47429	,20595	,322		

Tablo 5.33. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)		
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Games-Howell	18-24 yaş	25-34 yaş	,04501	,06294	,980		
			35-44 yaş	,09582	,06076	,614		
			45-54 yaş	-,02531	,07056	,999		
			55-64 yaş	-,12568	,07172	,499		
			65 yaş ve üzeri	,39292	,22387	,515		
		25-34 yaş	18-24 yaş	-,04501	,06294	,980		
			35-44 yaş	,05081	,06463	,970		
			45-54 yaş	-,07032	,07393	,933		
			55-64 yaş	-,17069	,07503	,208		
			65 yaş ve üzeri	,34791	,22495	,640		
		35-44 yaş	18-24 yaş	-,09582	,06076	,614		
			25-34 yaş	-,05081	,06463	,970		
			45-54 yaş	-,12113	,07207	,545		
			55-64 yaş	-,22150*	,07321	,033		
			65 yaş ve üzeri	,29710	,22435	,769		
		45-54 yaş	18-24 yaş	,02531	,07056	,999		
			25-34 yaş	,07032	,07393	,933		
			35-44 yaş	,12113	,07207	,545		
			55-64 yaş	-,10037	,08153	,821		
			65 yaş ve üzeri	,41823	,22720	,463		
		55-64 yaş	18-24 yaş	,12568	,07172	,499		
			25-34 yaş	,17069	,07503	,208		
			35-44 yaş	,22150*	,07321	,033		
			45-54 yaş	,10037	,08153	,821		
			65 yaş ve üzeri	,51860	,22757	,247		
		65 yaş ve üzeri	18-24 yaş	-,39292	,22387	,515		
			25-34 yaş	-,34791	,22495	,640		
			35-44 yaş	-,29710	,22435	,769		
			45-54 yaş	-,41823	,22720	,463		
			55-64 yaş	-,51860	,22757	,247		
		Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Games-Howell	18-24 yaş	25-34 yaş	,33225*	,07369	,000
					35-44 yaş	,33723*	,07413	,000
					45-54 yaş	,37035*	,08426	,000
					55-64 yaş	,52213*	,10674	,000
					65 yaş ve üzeri	,06280	,21686	1,000
				25-34 yaş	18-24 yaş	-,33225*	,07369	,000
					35-44 yaş	,00498	,07728	1,000
					45-54 yaş	,03810	,08704	,998
					55-64 yaş	,18989	,10895	,505
					65 yaş ve üzeri	-,26945	,21796	,814
				35-44 yaş	18-24 yaş	-,33723*	,07413	,000
					25-34 yaş	-,00498	,07728	1,000
					45-54 yaş	,03312	,08742	,999
					55-64 yaş	,18491	,10925	,539
					65 yaş ve üzeri	-,27443	,21811	,803
				45-54 yaş	18-24 yaş	-,37035*	,08426	,000
					25-34 yaş	-,03810	,08704	,998
					35-44 yaş	-,03312	,08742	,999
55-64 yaş	,15179				,11636	,782		
65 yaş ve üzeri	-,30754				,22176	,734		
55-64 yaş	18-24 yaş			-,52213*	,10674	,000		
	25-34 yaş			-,18989	,10895	,505		
	35-44 yaş			-,18491	,10925	,539		
	45-54 yaş			-,15179	,11636	,782		
	65 yaş ve üzeri			-,45933	,23123	,377		
65 yaş ve üzeri	18-24 yaş			-,06280	,21686	1,000		
	25-34 yaş			,26945	,21796	,814		
	35-44 yaş			,27443	,21811	,803		
	45-54 yaş			,30754	,22176	,734		
	55-64 yaş			,45933	,23123	,377		

Tablo 5.33. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Turizmin Diğer etkileri	Games-Howell	18-24 yaş	25-34 yaş	-,19152	,09731	,362
			35-44 yaş	-,37465*	,09604	,001
			45-54 yaş	-,44182*	,10581	,001
			55-64 yaş	-,76930*	,12005	,000
			65 yaş ve üzeri	,38508	,29872	,787
		25-34 yaş	18-24 yaş	,19152	,09731	,362
			35-44 yaş	-,18314	,09762	,418
			45-54 yaş	-,25030	,10725	,183
			55-64 yaş	-,57778*	,12132	,000
			65 yaş ve üzeri	,57660	,29923	,417
		35-44 yaş	18-24 yaş	,37465*	,09604	,001
			25-34 yaş	,18314	,09762	,418
			45-54 yaş	-,06716	,10610	,988
			55-64 yaş	-,39464*	,12030	,015
			65 yaş ve üzeri	,75974	,29882	,161
		45-54 yaş	18-24 yaş	,44182*	,10581	,001
			25-34 yaş	,25030	,10725	,183
			35-44 yaş	,06716	,10610	,988
			55-64 yaş	-,32748	,12824	,113
			65 yaş ve üzeri	,82690	,30210	,112
		55-64 yaş	18-24 yaş	,76930*	,12005	,000
			25-34 yaş	,57778*	,12132	,000
			35-44 yaş	,39464*	,12030	,015
			45-54 yaş	,32748	,12824	,113
			65 yaş ve üzeri	1,15438*	,30738	,013
		65 yaş ve üzeri	18-24 yaş	-,38508	,29872	,787
			25-34 yaş	-,57660	,29923	,417
			35-44 yaş	-,75974	,29882	,161
45-54 yaş	-,82690		,30210	,112		
55-64 yaş	-1,15438*		,30738	,013		

Yaş grupları için yapılan Anova testi ve Post Hoc istatistiklerine göre :

- 25-34 yaş grubundakilerin inançlara yönelik pozitif genel tutumu, 45-54 yaş ve 55-64 yaş grubundaki katılımcılara göre daha fazladır.
- 18-24 yaş grubundakilerin Seküler Dünya Görüşü, diğer bütün yaş gruplarından daha fazladır.
- 18-24 yaş grubundakilerin Turistlere Yönelik Olumsuz Tutumu, 55-64 yaş grubundakilerden daha fazladır.
- 55-64 yaş grubundakilerin Turistlere Yönelik Olumlu Tutumu, 35-44 yaş grubundakilerden daha fazladır.
- 18-24 yaş yaş aralığındakilerin Turizmin çevresel Olumsuz tutumu, 25-64 yaş aralığındakilerden daha fazladır.
- 35-64 yaş aralığındakilerin Turizmin Diğer etkileri hakkındaki tutumu 18-24 yaş aralığındakilerden daha fazladır.

Medeni duruma göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.34.'te analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.34. Medeni Duruma Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Medeni Durum	n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
<b>Dini İbadet Konusundaki Tutum</b>	Evli	655	3,9	,79	Levene Statistic	4,464	A	D
	Bekar	478	3,8	,75	Sig.	,004	B	
	Eşi vefat etmiş	25	3,5	,97	Statistica	3,892	C	
	Boşanmış	35	3,3	1,02	Sig.	,012	D	
	Toplam	1193	3,8	,79				
<b>Dini İnanç Konusundaki Tutum</b>	Evli	655	4,5	,47	Levene Statistic	8,263	A	D
	Bekar	479	4,4	,62	Sig.	,000	B	
	Eşi vefat etmiş	25	4,3	,87	Welch	3,591	C	
	Boşanmış	35	4,2	,75	Sig.	,018	D	
	Toplam	1194	4,4	,55				
<b>Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	Evli	655	1,8	,73	Levene Statistic	,765	A	
	Bekar	478	1,8	,70	Sig.	,514	B	
	Eşi vefat etmiş	25	1,7	,87	F	2,657	C	
	Boşanmış	35	2,2	,81	Sig.	0,047	D	A
	Toplam	1193	1,8	,73				
<b>İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	Evli	655	4,2	,73	Levene Statistic	3,091	A	BC
	Bekar	479	4,0	,81	Sig.	,026	B	C
	Eşi vefat etmiş	25	3,3	,93	Welch	10,343	C	
	Boşanmış	35	4,0	,78	Sig.	,000	D	C
	Toplam	1194	4,1	,78				
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	Evli	655	3,8	,89	Levene Statistic	3,187	A	
	Bekar	476	4,1	,84	Sig.	,023	B	A
	Eşi vefat etmiş	24	3,8	,88	Welch	9,842	C	
	Boşanmış	35	3,9	,92	Sig.	,000	D	
	Toplam	1190	3,9	,88				
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	Evli	653	1,7	,65	Levene Statistic	14,341	A	
	Bekar	476	1,9	,87	Sig.	,000	B	A
	Eşi vefat etmiş	24	2,4	,89	Welch	11,959	C	AD
	Boşanmış	35	1,7	,58	Sig.	,000	D	
	Toplam	1188	1,8	,76				
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	Evli	651	1,6	,58	Levene Statistic	5,423	A	
	Bekar	475	1,6	,66	Sig.	,001	B	
	Eşi vefat etmiş	24	1,6	,96	Welch	,281	C	
	Boşanmış	35	1,6	,72	Sig.	,839	D	
	Toplam	1185	1,6	,63				
<b>Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	Evli	659	2,4	,80	Levene Statistic	1,433	A	
	Bekar	481	2,6	,84	Sig.	,232	B	A
	Eşi vefat etmiş	25	2,8	,95	F	5,596	C	A
	Boşanmış	35	2,6	,96	Sig.	,001	D	
	Toplam	1200	2,5	,83				

Tablo 5.34. (Devamı)

<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	Evli	658	4,0	,79	Levene Statistic	2,659	A	
	Bekar	479	4,0	,72	Sig.	,047	B	
	Eşi vefat etmiş	24	3,9	,50	Welch	,969	C	
	Boşanmış	35	3,9	,85	Sig.	,412	D	
	Toplam	1196	4,0	,76				
<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	Evli	658	4,1	,82	Levene Statistic	2,163	A	
	Bekar	479	4,1	,85	Sig.	,091	B	
	Eşi vefat etmiş	25	3,8	1,00	F	1,894	C	
	Boşanmış	35	3,9	1,06	Sig.	,129	D	
	Toplam	1197	4,1	,84				
<b>oyutlar</b>	<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart sapma</b>			<b>Sütun</b>	<b>Fark</b>
<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	Evli	656	2,1	,91	Levene Statistic	4,923	A	
	Bekar	476	2,1	,96	Sig.	,002	B	
	Eşi vefat etmiş	25	3,0	1,31	F	6,931	C	ABD
	Boşanmış	34	2,2	1,03	Sig.	,000	D	
	Toplam	1191	2,2	,95				
<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	Evli	657	2,5	,93	Levene Statistic	,796	A	
	Bekar	476	2,8	,90	Sig.	,496	B	A
	Eşi vefat etmiş	25	3,3	,92	F	14,477	C	AD
	Boşanmış	34	2,5	,95	Sig.	,000	D	
	Toplam	1192	2,7	,93				
<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	Evli	659	3,9	,71	Levene Statistic	2,060	A	
	Bekar	481	3,8	,65	Sig.	,104	B	
	Eşi vefat etmiş	25	3,7	,66	F	1,757	C	
	Boşanmış	35	3,7	,85	Sig.	,154	D	
	Toplam	1200	3,9	,69				
<b>Turizmin Diğer etkileri</b>	Evli	656	3,5	1,14	Levene Statistic	1,704	A	B
	Bekar	477	3,1	1,19	Sig.	,164	B	
	Eşi vefat etmiş	25	3,4	,98	F	11,023	C	
	Boşanmış	34	3,2	1,07	Sig.	,000	D	
	Toplam	1192	3,3	1,17				

Varyans analizleriyle medeni durumu göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle medeni durumlara göre dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.35. ile belirtilmiştir. Farklılık olan gruplar tabloda \* işareti ile belirtilmiştir.



Tablo 5.35. Medeni Duruma Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları

	Post Hoc	(I) Medenî durumunuz	(J) Medenî durumunuz	Ortalama farklılık (I-J)	Std. Error	Sig.(p)
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Games-Howell	Evli	Bekar	.05518	.04610	.629
			Eşi vefat etmiş	.33849	.19624	.332
			Boşanmış*	.51512	.17441	.027
		Bekar	Evli	-.05518	.04610	.629
			Eşi vefat etmiş	.28331	.19679	.487
			Boşanmış	.45994	.17502	.058
		Eşi vefat etmiş	Evli	-.33849	.19624	.332
			Bekar	-.28331	.19679	.487
			Boşanmış	.17662	.25888	.903
			Evli*	-.51512	.17441	.027
Boşanmış	Bekar	-.45994	.17502	.058		
Post Hoc	(I) Medenî durumunuz	(J) Medenî durumunuz	Ortalama farklılık (I-J)	Std. Error	Sig.(p)	
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Games-Howell	Evli	<b>Bekar</b>	<b>.08068</b>	<b>.03354</b>	<b>.077</b>
			Eşi vefat etmiş	.19519	.17476	.683
			Boşanmış	.28741	.12782	.130
		Bekar	Evli	-.08068	.03354	.077
			Eşi vefat etmiş	.11451	.17605	.914
			Boşanmış	.20673	.12958	.393
		Eşi vefat etmiş	Evli	-.19519	.17476	.683
			Bekar	-.11451	.17605	.914
			Boşanmış	.09222	.21496	.973
			Evli	-.28741	.12782	.130
		Boşanmış	Bekar	-.20673	.12958	.393
			Eşi vefat etmiş	-.09222	.21496	.973
			Evli	-.02270	.04356	1,000
			Eşi vefat etmiş	.07833	.14756	1,000
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Bonferroni	Evli	Bekar	-.02270	.04356	1,000
			Eşi vefat etmiş	.07833	.14756	1,000
			Boşanmış	-.34425*	.12562	.037
		Bekar	Evli	.02270	.04356	1,000
			Eşi vefat etmiş	.10103	.14856	1,000
			Boşanmış	-.32154	.12680	.068
		Eşi vefat etmiş	Evli	-.07833	.14756	1,000
			Bekar	-.10103	.14856	1,000
			Boşanmış	-.42257	.18961	.156
			Evli	.34425*	.12562	.037
		Boşanmış	Bekar	.32154	.12680	.068
			Eşi vefat etmiş	.42257	.18961	.156
			Evli	.14492*	.04692	.011
			Bekar	.90702*	.18846	.000
İnançını Başkalarına Aktarma Tutumu	Games-Howell	Evli	Bekar	.14492*	.04692	.011
			Eşi vefat etmiş	.90702*	.18846	.000
			Boşanmış	.22512	.13539	.357
		Bekar	Evli	-.14492*	.04692	.011
			Eşi vefat etmiş	.76210*	.18994	.002
			Boşanmış	.08020	.13745	.936
		Eşi vefat etmiş	Evli	-.90702*	.18846	.000
			Bekar	-.76210*	.18994	.002
			Boşanmış	-.68190*	.22849	.023
			Evli	-.22512	.13539	.357
		Boşanmış	Bekar	-.08020	.13745	.936
			Eşi vefat etmiş	.68190*	.22849	.023
			Evli	-.28185*	.05175	.000
			Eşi vefat etmiş	-.01120	.18305	1,000
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Games-Howell	Evli	Bekar	-.28185*	.05175	.000
			Eşi vefat etmiş	-.01120	.18305	1,000
			Boşanmış	-.10643	.15878	.908
		Bekar	Evli	.28185*	.05175	.000
			Eşi vefat etmiş	.27066	.18380	.468
			Boşanmış	.17542	.15964	.692
		Eşi vefat etmiş	Evli	.01120	.18305	1,000
			Bekar	-.27066	.18380	.468
			Boşanmış	-.09524	.23731	.978
			Evli	.10643	.15878	.908
		Boşanmış	Bekar	-.17542	.15964	.692
			Eşi vefat etmiş	.09524	.23731	.978

Tablo 5.35. (Devamı)

Post Hoc	(I) Medenî durumunuz	(J) Medenî durumunuz	Ortalama farklılık (I-J)	Std. Error	Sig.(p)	
BFak1 Sektörler Dünya Görüşü	Games-Howell	Evli	Bekar	-,23342*	,04731	,000
			Eşi vefat etmiş	-,68904*	,18340	,005
			Boşanmış	,00651	,10173	1,000
		Bekar	Evli	,23342*	,04731	,000
			Eşi vefat etmiş	-,45563	,18590	,093
			Boşanmış	,23993	,10618	,123
		Eşi vefat etmiş	Evli	,68904*	,18340	,005
		Bekar	,45563	,18590	,093	
		Boşanmış	,69556*	,20657	,009	
		Boşanmış	Evli	-,00651	,10173	1,000
			Bekar	-,23993	,10618	,123
			Eşi vefat etmiş	-,69556*	,20657	,009
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Bonferroni	Evli	Bekar	-,16574*	,04956	,005
			Eşi vefat etmiş	-,45151*	,16838	,045
			Boşanmış	-,16626	,14334	1,000
		Bekar	Evli	,16574*	,04956	,005
			Eşi vefat etmiş	-,28577	,16951	,553
			Boşanmış	-,00052	,14467	1,000
		Eşi vefat etmiş	Evli	,45151*	,16838	,045
		Bekar	,28577	,16951	,553	
		Boşanmış	,28525	,21639	1,000	
		Boşanmış	Evli	,16626	,14334	1,000
			Bekar	,00052	,14467	1,000
			Eşi vefat etmiş	-,28525	,21639	1,000
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Bonferroni	Evli	Bekar	-,00851	,05677	1,000
			Eşi vefat etmiş	-,87195*	,19214	,000
			Boşanmış	-,04842	,16584	1,000
		Bekar	Evli	,00851	,05677	1,000
			Eşi vefat etmiş	-,86345*	,19347	,000
			Boşanmış	-,03992	,16738	1,000
		Eşi vefat etmiş	Evli	,87195*	,19214	,000
		Bekar	,86345*	,19347	,000	
		Boşanmış	,82353*	,24842	,006	
		Boşanmış	Evli	,04842	,16584	1,000
			Bekar	,03992	,16738	1,000
			Eşi vefat etmiş	-,82353*	,24842	,006
Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Bonferroni	Evli	Bekar	-,31147*	,05514	,000
			Eşi vefat etmiş	-,74696*	,18667	,000
			Boşanmış	-,03598	,16112	1,000
		Bekar	Evli	,31147*	,05514	,000
			Eşi vefat etmiş	-,43549	,18797	,124
			Boşanmış	,27549	,16262	,543
		Eşi vefat etmiş	Evli	,74696*	,18667	,000
		Bekar	,43549	,18797	,124	
		Boşanmış	,71098*	,24136	,020	
		Boşanmış	Evli	,03598	,16112	1,000
			Bekar	-,27549	,16262	,543
			Eşi vefat etmiş	-,71098*	,24136	,020
Turizmin Diğer etkileri	Bonferroni	Evli	Bekar	,39709*	,06968	,000
			Eşi vefat etmiş	,02418	,23597	1,000
			Boşanmış	,25829	,20367	1,000
		Bekar	Evli	-,39709*	,06968	,000
			Eşi vefat etmiş	-,37291	,23759	,701
			Boşanmış	-,13880	,20555	1,000
		Eşi vefat etmiş	Evli	-,02418	,23597	1,000
		Bekar	,37291	,23759	,701	
		Boşanmış	,23412	,30508	1,000	
		Boşanmış	Evli	-,25829	,20367	1,000
			Bekar	,13880	,20555	1,000
			Eşi vefat etmiş	-,23412	,30508	1,000

Tablo 5.34. ve Tablo 5.35. 'te yer alan anova analizi ve Post Hoc istatistiklerine göre:

- Evli olanların Dini İbadet Konusundaki Tutumu, boşanmış olanlardan daha fazladır.
- Evli olanların Dini İnanç Konusundaki Tutumu, boşanmış olanlardan daha fazladır.
- Boşanmış olanların Dini İnanç Karşıtı Tutumu, evli olanlardan daha fazladır.
- Evli, bekâr ve boşanmış olanların İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu, eşi vefat etmiş olanlardan daha fazladır. Evli olanların inancını başkalarına aktarma tutumu bekâr olanlardan da fazladır.
- Bekâr olanların Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutumu, evli olanlardan daha fazladır.
- Eşi vefat etmiş olanların Seküler Dünya Görüşü, evli olanlardan ve boşanmış olanlardan daha fazladır.
- Ayrıca bekâr olanların Seküler Dünya Görüşü, evli olanlardan daha fazladır.
- Eşi vefat etmiş ve bekâr olanların Turistlere Yönelik Olumsuz Tutumu, evli olanlardan daha fazladır.
- Eşi vefat etmiş olanların Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı, evli olanlardan, bekâr olanlardan ve boşanmış olanlardan daha fazladır.
- Bekâr ve eşi vefat etmiş olanlar Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri olduğunu, evli olanlardan daha fazla düşünmektedir. Eşi vefat etmiş olanlar Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri olduğunu, bekârlardan da daha fazla düşünmektedir.
- Evli olanlar Turizmin Diğer etkilerini, bekârlardan daha fazla benimsemektedir.

Eğitim durumuna göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadeler katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.36. 'da analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.36. Eğitim Durumuna Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Ort.	Standart sapma			Sütun	Fark
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Okur-yazar değil	9	3,9	,70	Levene Statistic	1,491	A	
	İlköğretim	317	3,8	,73	Sig.	0,203	B	
	Lise	584	3,8	,81	F	0,993	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	274	3,8	,81	Sig.	0,410	D	
	Lisansüstü	13	4,1	,59			E	
	Toplam	1197	3,8	,79				
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Okur-yazar değil	9	4,3	,45	Levene Statistic	,830	A	
	İlköğretim	317	4,4	,48	Sig.	,506	B	
	Lise	585	4,4	,59	F	1,570	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	275	4,5	,56	Sig.	,180	D	
	Lisansüstü	12	4,7	,26			E	
	Toplam	1198	4,4	,55				
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Okur-yazar değil	9	1,9	,66	Levene Statistic	,580	A	
	İlköğretim	317	1,9	,76	Sig.	,677	B	
	Lise	584	1,8	,71	F	1,566	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	274	1,8	,73	Sig.	,181	D	
	Lisansüstü	13	1,5	,53			E	
	Toplam	1197	1,8	,73				
İnançını Başkalarına Aktarma Tutumu	Okur-yazar değil	9	3,4	1,36	Levene Statistic	3,073	A	
	İlköğretim	317	4,1	,69	Sig.	,016	B	
	Lise	585	4,1	,80	Welch	1,259	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	275	4,1	,81	Sig.	,303	D	
	Lisansüstü	12	3,9	,81			E	
	Toplam	1198	4,1	,78				
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Okur-yazar değil	8	3,4	,78	Levene Statistic	4,119	A	
	İlköğretim	317	4,0	,87	Sig.	,003	B	
	Lise	584	3,9	,87	Welch	4,085	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	272	4,1	,86	Sig.	,008	D	C
	Lisansüstü	13	3,6	1,51			E	
	Toplam	1194	3,9	,88				
7Seküler Dünya Görüşü	Okur-yazar değil	8	2,0	,94	Levene Statistic	7,415	A	
	İlköğretim	317	1,8	,64	Sig.	,000	B	
	Lise	583	1,8	,75	Welch	,574	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	272	1,9	,89	Sig.	,683	D	
	Lisansüstü	12	2,0	1,02			E	
	Toplam	1192	1,8	,76				
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Okur-yazar değil	8	1,8	,80	Levene Statistic	1,546	A	
	İlköğretim	316	1,5	,61	Sig.	,186	B	
	Lise	581	1,6	,60	F	1,689	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	272	1,6	,69	Sig.	,150	D	
	Lisansüstü	12	1,5	,48			E	
	Toplam	1189	1,6	,63				
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Okur-yazar değil	9	2,9	1,08	Levene Statistic	2,277	A	
	İlköğretim	320	2,6	,79	Sig.	,059	B	C
	Lise	585	2,4	,82	F	3,807	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	277	2,5	,86	Sig.	,004	D	
	Lisansüstü	13	2,4	,97			E	
	Toplam	1204	2,5	,83				

Tablo 5.36. (Devamı)

<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	Okur-yazar değil	8	3,8	1,01	Levene Statistic	,891	A	
	İlköğretim	320	3,8	,80	Sig.	,469	B	
	Lise	585	4,0	,72	F	10,072	C	B
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	275	4,1	,75	Sig.	,000	D	B
	Lisansüstü	12	4,3	,55			E	
	Toplam	1200	4,0	,76				
<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	Okur-yazar değil	9	3,4	1,21	Levene Statistic	1,269	A	
	İlköğretim	320	4,0	,85	Sig.	,280	B	
	Lise	583	4,1	,82	F	3,608	C	B
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	276	4,1	,84	Sig.	,006	D	
	Lisansüstü	13	4,2	,90			E	
	Toplam	1201	4,1	,84				
<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	Okur-yazar değil	9	2,8	1,48	Levene Statistic	6,911	A	
	İlköğretim	318	2,2	,94	Sig.	,000	B	
	Lise	581	2,1	,90	Welch	1,607	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	274	2,2	1,02	Sig.	,193	D	
	Lisansüstü	13	2,2	1,36			E	
	Toplam	1195	2,1	,95				
<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	Okur-yazar değil	9	2,9	1,34	Levene Statistic	2,532	A	
	İlköğretim	318	2,8	,90	Sig.	,039	B	C
	Lise	581	2,6	,93	Welch	2,992	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	275	2,7	,94	Sig.	,031	D	
	Lisansüstü	13	2,6	1,00			E	
	Toplam	1196	2,7	,93				
<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	Okur-yazar değil	9	3,4	,87	Levene Statistic	1,493	A	
	İlköğretim	320	3,7	,71	Sig.	,202	B	
	Lise	585	3,9	,67	F	7,681	C	B
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	277	3,9	,68	Sig.	,000	D	B
	Lisansüstü	13	3,9	,46			E	
	Toplam	1204	3,9	,69				
<b>Turizmin Diğer etkileri</b>	Okur-yazar değil	9	2,9	,98	Levene Statistic	5,788	A	
	İlköğretim	319	3,3	1,08	Sig.	,000	B	
	Lise	580	3,4	1,18	Welch	1,922	C	
	Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte	275	3,1	1,24	Sig.	,126	D	
	Lisansüstü	13	3,0	1,57			E	
	Toplam	1196	3,3	1,17				

Varyans analizleriyle eğitim durumuna göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle eğitim durumuna göre dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.37. ile belirtilmiştir.

Tablo 5.37. Eğitim Duruma Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları

	Post Hoc	(I) Öğrenim durumunuz	(J) Öğrenim durumunuz	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig.(p)
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Games-Howell	Okur-yazar değil	İlköğretim	-,52149	,27877	,405
			Lise	-,42808	,27681	,567
			Üniversite/Yüksekokul	-,65625	,27937	,228
			Lisansüstü / Doktora	-,13942	,50112	,999
		İlköğretim	Okur-yazar değil	,52149	,27877	,405
			Lise	,09341	,06057	,535
			Üniversite/Yüksekokul	-,13476	,07136	,325
			Lisansüstü / Doktora	,38207	,42210	,890
		Lise	Okur-yazar değil	,42808	,27681	,567
			İlköğretim	-,09341	,06057	,535
			Üniversite/Yüksekokul	-,22817*	,06324	,003
			Lisansüstü / Doktora	,28866	,42081	,956
		Üniversite/Yüksekokul	Okur-yazar değil	,65625	,27937	,228
			İlköğretim	,13476	,07136	,325
			Lise	,22817*	,06324	,003
			Lisansüstü / Doktora	,51683	,42249	,739
		Lisansüstü / Doktora	Okur-yazar değil	,13942	,50112	,999
			İlköğretim	-,38207	,42210	,890
			Lise	-,28866	,42081	,956
			Üniversite/Yüksekokul	-,51683	,42249	,739
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Bonferroni	Okur-yazar değil	İlköğretim	,35438	,27948	1,000
			Lise	,54805	,27774	,487
			Üniversite/Yüksekokul	,42570	,28007	1,000
			Lisansüstü / Doktora	,54668	,35856	1,000
		İlköğretim	Okur-yazar değil	-,35438	,27948	1,000
			Lise	,19367*	,05749	,008
			Üniversite/Yüksekokul	,07132	,06786	1,000
			Lisansüstü / Doktora	,19231	,23395	1,000
		Lise	Okur-yazar değil	-,54805	,27774	,487
			İlköğretim	-,19367*	,05749	,008
			Üniversite/Yüksekokul	-,12235	,06031	,427
			Lisansüstü / Doktora	-,00136	,23187	1,000
		Üniversite/Yüksekokul	Okur-yazar değil	-,42570	,28007	1,000
			İlköğretim	-,07132	,06786	1,000
			Lise	,12235	,06031	,427
			Lisansüstü / Doktora	,12099	,23466	1,000
		Lisansüstü / Doktora	Okur-yazar değil	-,54668	,35856	1,000
			İlköğretim	-,19231	,23395	1,000
			Lise	,00136	,23187	1,000
			Üniversite/Yüksekokul	-,12099	,23466	1,000

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5. 37. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Öğrenim durumunuz	(J) Öğrenim durumunuz	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig.(p)
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Bonferroni	Okur-yazar değil	İlköğretim	,04609	,26743	1,000
			Lise	-,23579	,26595	1,000
			Üniversite/Yükseköğretim	-,28750	,26796	1,000
			Lisansüstü / Doktora	-,45833	,34102	1,000
		İlköğretim	Okur-yazar değil	-,04609	,26743	1,000
			Lise	-,28188*	,05195	,000
			Üniversite/Yükseköğretim	-,33359*	,06143	,000
			Lisansüstü / Doktora	-,50443	,21968	,218
		Lise	Okur-yazar değil	,23579	,26595	1,000
			İlköğretim	,28188*	,05195	,000
			Üniversite/Yükseköğretim	-,05171	,05463	1,000
			Lisansüstü / Doktora	-,22254	,21788	1,000
		Üniversite/Yükseköğretim	Okur-yazar değil	,28750	,26796	1,000
			İlköğretim	,33359*	,06143	,000
			Lise	,05171	,05463	1,000
			Lisansüstü / Doktora	-,17083	,22033	1,000
		Lisansüstü / Doktora	Okur-yazar değil	,45833	,34102	1,000
			İlköğretim	,50443	,21968	,218
			Lise	,22254	,21788	1,000
			Üniversite/Yükseköğretim	,17083	,22033	1,000
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Bonferroni	Okur-yazar değil	İlköğretim	-,52118	,28265	,654
			Lise	-,68249	,28090	,153
			Üniversite/Yükseköğretim	-,69324	,28326	,145
			Lisansüstü / Doktora	-,70940	,36263	,507
		İlköğretim	Okur-yazar değil	,52118	,28265	,654
			Lise	-,16130	,05818	,056
			Üniversite/Yükseköğretim	-,17206	,06870	,124
			Lisansüstü / Doktora	-,18822	,23660	1,000
		Lise	Okur-yazar değil	,68249	,28090	,153
			İlköğretim	,16130	,05818	,056
			Üniversite/Yükseköğretim	-,01075	,06110	1,000
			Lisansüstü / Doktora	-,02692	,23451	1,000
		Üniversite/Yükseköğretim	Okur-yazar değil	,69324	,28326	,145
			İlköğretim	,17206	,06870	,124
			Lise	,01075	,06110	1,000
			Lisansüstü / Doktora	-,01616	,23734	1,000
		Lisansüstü / Doktora	Okur-yazar değil	,70940	,36263	,507
			İlköğretim	,18822	,23660	1,000
			Lise	,02692	,23451	1,000
			Üniversite/Yükseköğretim	,01616	,23734	1,000

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5. 37. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Öğrenim durumunuz	(J) Öğrenim durumunuz	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig.(p)
Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Games-Howell	Okur-yazar değil	İlköğretim	,17631	,44817	,994
			Lise	,38495	,44696	,903
			Üniversite/Yüksekokul	,23451	,44893	,983
			Lisansüstü / Doktora	,35726	,52480	,957
		İlköğretim	Okur-yazar değil	-,17631	,44817	,994
			Lise	,20864*	,06350	,009
			Üniversite/Yüksekokul	,05819	,07611	,941
			Lisansüstü / Doktora	,18095	,28226	,965
		Lise	Okur-yazar değil	-,38495	,44696	,903
			İlköğretim	-,20864*	,06350	,009
			Üniversite/Yüksekokul	-,15044	,06864	,184
			Lisansüstü / Doktora	-,02768	,28034	1,000
		Üniversite/Yüksekokul	Okur-yazar değil	-,23451	,44893	,983
			İlköğretim	-,05819	,07611	,941
			Lise	,15044	,06864	,184
			Lisansüstü / Doktora	,12276	,28346	,992
		Lisansüstü / Doktora	Okur-yazar değil	-,35726	,52480	,957
			İlköğretim	-,18095	,28226	,965
			Lise	,02768	,28034	1,000
			Üniversite/Yüksekokul	-,12276	,28346	,992
Turizmin Ekonomik Etkileri	Bonferroni	Okur-yazar değil	İlköğretim	-,31979	,23138	1,000
			Lise	-,56262	,22994	,146
			Üniversite/Yüksekokul	-,49336	,23187	,336
			Lisansüstü / Doktora	-,55576	,29685	,614
		İlköğretim	Okur-yazar değil	,31979	,23138	1,000
			Lise	-,24283*	,04760	,000
			Üniversite/Yüksekokul	-,17357*	,05618	,021
			Lisansüstü / Doktora	-,23597	,19369	1,000
		Lise	Okur-yazar değil	,56262	,22994	,146
			İlköğretim	,24283*	,04760	,000
			Üniversite/Yüksekokul	,06925	,04993	1,000
			Lisansüstü / Doktora	,00686	,19197	1,000
		Üniversite/Yüksekokul	Okur-yazar değil	,49336	,23187	,336
			İlköğretim	,17357*	,05618	,021
			Lise	-,06925	,04993	1,000
			Lisansüstü / Doktora	-,06240	,19427	1,000
		Lisansüstü / Doktora	Okur-yazar değil	,55576	,29685	,614
			İlköğretim	,23597	,19369	1,000
			Lise	-,00686	,19197	1,000
			Üniversite/Yüksekokul	,06240	,19427	1,000

Not:Arasında farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5.36. ve Tablo 5.37.'deki analiz sonuçlarına göre:

- Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte mezunu olanların Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutumu, Lise mezunlarından daha fazladır.
- İlköğretim mezunu olanların Turistlere Yönelik Olumsuz Tutumu, lise mezunu



olanlardan daha fazladır.

- Lise ve Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte mezunu olanların Turistlere Yönelik Olumlu Tutumu, ilköğretim mezunu olanlardan daha fazladır.
- Lise mezunu olanların Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı, İlköğretim mezunlarından daha fazladır.
- İlköğretim mezunu olanlar Turizmin çevresel Olumsuz etkisi olduğunu, lise mezunlarından daha fazla düşünmektedir.
- Lise ve Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte mezunu olanlar Turizmin Ekonomik Etkilerinin olduğunu, ilköğretim mezunlarından daha fazla düşünmektedir.

Gelir gruplarına göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadeler katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.38.'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.38. Gelir Gruplarına Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Gelir Aralığı	n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
Dini İbadet Konusundaki Tutum	0-1500TL Arası	253	4,0	,75	Levene Statistic	0,921	A	BC
	1501-3000TL Arası	626	3,8	,78	Sig.	0,430	B	
	3001-4500TL Arası	242	3,8	,81	F	4,615	C	
	4500 TL ve üzeri	63	3,7	,88	Sig.	0,003	D	
	Toplam	1184	3,8	,79				
Dini İnanç Konusundaki Tutum	0-1500TL Arası	254	4,4	,61	Levene Statistic	3,155	A	
	1501-3000TL Arası	627	4,4	,50	Sig.	,024	B	
	3001-4500TL Arası	242	4,4	,53	Welch	,150	C	
	4500 TL ve üzeri	62	4,4	,76	Sig.	,930	D	
	Toplam	1185	4,4	,55				
Dini İnanç Karşıtı Tutum	0-1500TL Arası	253	1,8	,76	Levene Statistic	2,968	A	
	1501-3000TL Arası	626	1,9	,71	Sig.	,031	B	
	3001-4500TL Arası	242	1,8	,67	Welch	1,995	C	
	4500 TL ve üzeri	63	1,8	,85	Sig.	,115	D	
	Toplam	1184	1,8	,73				
İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu	0-1500TL Arası	254	4,1	,87	Levene Statistic	6,673	A	
	1501-3000TL Arası	627	4,1	,72	Sig.	,000	B	
	3001-4500TL Arası	242	4,2	,75	Welch	1,772	C	
	4500 TL ve üzeri	62	3,9	,98	Sig.	,153	D	
	Toplam	1185	4,1	,78				

Tablo 5.38. (Devamı)

Boyutlar	Gelir Aralığı	n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	0-1500TL Arası	251	4,1	,92	Levene Statistic	6,425	A	BC
	1501-3000TL Arası	626	4,0	,83	Sig.	,000	B	C
	3001-4500TL Arası	242	3,7	,86	Welch	12,651	C	
	4500 TL ve üzeri	62	3,9	,97	Sig.	,000	D	
	Toplam	1181	3,9	,88				
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	0-1500TL Arası	250	2,1	1,00	Levene Statistic	30,560	A	BCD
	1501-3000TL Arası	626	1,7	,65	Sig.	,000	B	
	3001-4500TL Arası	242	1,7	,65	Welch	9,858	C	
	4500 TL ve üzeri	61	1,8	,82	Sig.	,000	D	
	Toplam	1179	1,8	,76				
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	0-1500TL Arası	248	1,5	,79	Levene Statistic	9,467	A	
	1501-3000TL Arası	626	1,6	,56	Sig.	,000	B	
	3001-4500TL Arası	241	1,6	,56	Welch	1,545	C	
	4500 TL ve üzeri	61	1,6	,70	Sig.	,203	D	
	Toplam	1176	1,6	,62				
<b>Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	0-1500TL Arası	256	2,7	,87	Levene Statistic	3,455	A	BC
	1501-3000TL Arası	629	2,5	,80	Sig.	,016	B	C
	3001-4500TL Arası	242	2,2	,76	Welch	15,842	C	
	4500 TL ve üzeri	64	2,4	,95	Sig.	,000	D	
	Toplam	1191	2,5	,83				
<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	0-1500TL Arası	253	3,9	,88	Levene Statistic	2,846	A	
	1501-3000TL Arası	629	4,0	,73	Sig.	,037	B	
	3001-4500TL Arası	242	4,1	,69	Welch	4,279	C	AB
	4500 TL ve üzeri	63	4,2	,78	Sig.	,006	D	
	Toplam	1187	4,0	,76				
<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	0-1500TL Arası	256	4,0	,90	Levene Statistic	1,178	A	
	1501-3000TL Arası	627	4,1	,84	Sig.	,317	B	
	3001-4500TL Arası	241	4,2	,75	F	2,108	C	
	4500 TL ve üzeri	64	4,2	,92	Sig.	,097	D	
	Toplam	1188	4,1	,84				
<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	0-1500TL Arası	254	2,1	,99	Levene Statistic	,954	A	
	1501-3000TL Arası	624	2,2	,94	Sig.	,414	B	
	3001-4500TL Arası	240	2,1	,92	F	1,537	C	
	4500 TL ve üzeri	64	2,0	1,05	Sig.	,203	D	
	Toplam	1182	2,1	,95				
<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	0-1500TL Arası	254	3,0	,93	Levene Statistic	,113	A	BCD
	1501-3000TL Arası	625	2,7	,91	Sig.	,952	B	C
	3001-4500TL Arası	240	2,3	,88	F	23,270	C	
	4500 TL ve üzeri	64	2,4	,90	Sig.	,000	D	
	Toplam	1183	2,6	,93				
<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	0-1500TL Arası	256	3,7	,71	Levene Statistic	,629	A	
	1501-3000TL Arası	629	3,9	,67	Sig.	,596	B	
	3001-4500TL Arası	242	4,0	,73	F	4,794	C	A
	4500 TL ve üzeri	64	4,0	,68	Sig.	,003	D	
	Toplam	1191	3,9	,69				
<b>Turizmin Diğer etkileri</b>	0-1500TL Arası	255	3,1	1,21	Levene Statistic	,859	A	
	1501-3000TL Arası	624	3,3	1,15	Sig.	,462	B	
	3001-4500TL Arası	240	3,6	1,15	F	5,816	C	AB
	4500 TL ve üzeri	64	3,2	1,26	Sig.	,001	D	
	Toplam	1183	3,3	1,18				

Varyans analizleriyle gelir gruplarına göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi gelir grupları arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle gelir grupları arası dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.39. ile belirtilmiştir.

Tablo 5.39. Gelir Gruplarına Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları -1

	Post Hoc	(I) Gelir	(J) Gelir	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Bonferroni	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	.19340*	.05856	.006
			3001-4500TL Arası	.20194*	.07068	.026
			4500 TL ve üzeri	.28329	.11069	.064
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	-.19340*	.05856	.006
			3001-4500TL Arası	.00853	.05950	1.000
			4500 TL ve üzeri	.08989	.10390	1.000
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	-.20194*	.07068	.026
			1501-3000TL Arası	-.00853	.05950	1.000
			4500 TL ve üzeri	.08135	.11119	1.000
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	-.28329	.11069	.064
			1501-3000TL Arası	-.08989	.10390	1.000
			3001-4500TL Arası	-.08135	.11119	1.000
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Games-Howell	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	.18176*	.06682	.034
			3001-4500TL Arası	.48227*	.08010	.000
			4500 TL ve üzeri	.24020	.13665	.301
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	-.18176*	.06682	.034
			3001-4500TL Arası	.30050*	.06450	.000
			4500 TL ve üzeri	.05844	.12814	.968
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	-.48227*	.08010	.000
			1501-3000TL Arası	-.30050*	.06450	.000
			4500 TL ve üzeri	-.24207	.13554	.287
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	-.24020	.13665	.301
			1501-3000TL Arası	-.05844	.12814	.968
			3001-4500TL Arası	.24207	.13554	.287
Sektüler Dünya Görüşü	Games-Howell	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	.33605*	.06816	.000
			3001-4500TL Arası	.39893*	.07551	.000
			4500 TL ve üzeri	.32653*	.12228	.043
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	-.33605*	.06816	.000
			3001-4500TL Arası	.06289	.04914	.576
			4500 TL ve üzeri	-.00952	.10801	1.000
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	-.39893*	.07551	.000
			1501-3000TL Arası	-.06289	.04914	.576
			4500 TL ve üzeri	-.07240	.11280	.918
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	-.32653*	.12228	.043
			1501-3000TL Arası	.00952	.10801	1.000
			3001-4500TL Arası	.07240	.11280	.918

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5.39. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Gelir	(J) Gelir	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Games-Howell	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	,27625*	,06281	,000
			3001-4500TL Arası	,50382*	,07310	,000
			4500 TL ve üzeri	,34017	,13066	,052
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	-,27625*	,06281	,000
			3001-4500TL Arası	,22757*	,05862	,001
			4500 TL ve üzeri	,06392	,12315	,954
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	-,50382*	,07310	,000
			1501-3000TL Arası	-,22757*	,05862	,001
			4500 TL ve üzeri	-,16365	,12870	,583
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	-,34017	,13066	,052
			1501-3000TL Arası	-,06392	,12315	,954
			3001-4500TL Arası	,16365	,12870	,583
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Games-Howell	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	-,04859	,06230	,864
			3001-4500TL Arası	-,18496*	,07064	,045
			4500 TL ve üzeri	-,27643	,11244	,073
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	,04859	,06230	,864
			3001-4500TL Arası	-,13638*	,05277	,049
			4500 TL ve üzeri	-,22784	,10216	,125
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	,18496*	,07064	,045
			1501-3000TL Arası	,13638*	,05277	,049
			4500 TL ve üzeri	-,09147	,10746	,830
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	,27643	,11244	,073
			1501-3000TL Arası	,22784	,10216	,125
			3001-4500TL Arası	,09147	,10746	,830
Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Bonferroni	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	,31298*	,06761	,000
			3001-4500TL Arası	,64973*	,08179	,000
			4500 TL ve üzeri	,61650*	,12708	,000
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	-,31298*	,06761	,000
			3001-4500TL Arası	,33674*	,06900	,000
			4500 TL ve üzeri	,30351	,11924	,066
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	-,64973*	,08179	,000
			1501-3000TL Arası	-,33674*	,06900	,000
			4500 TL ve üzeri	-,03323	,12782	1,000
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	-,61650*	,12708	,000
			1501-3000TL Arası	-,30351	,11924	,066
			3001-4500TL Arası	,03323	,12782	1,000
Turizmin Ekonomik Etkileri	Bonferroni	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	-,11896	,05124	,123
			3001-4500TL Arası	-,21995*	,06197	,002
			4500 TL ve üzeri	-,22940	,09659	,106
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	,11896	,05124	,123
			3001-4500TL Arası	-,10099	,05228	,322
			4500 TL ve üzeri	-,11044	,09068	1,000
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	,21995*	,06197	,002
			1501-3000TL Arası	,10099	,05228	,322
			4500 TL ve üzeri	-,00945	,09715	1,000
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	,22940	,09659	,106
			1501-3000TL Arası	,11044	,09068	1,000
			3001-4500TL Arası	,00945	,09715	1,000
Turizmin Diğer etkileri	Bonferroni	0-1500TL Arası	1501-3000TL Arası	-,13598	,08691	,708
			3001-4500TL Arası	-,41691*	,10517	,000
			4500 TL ve üzeri	-,02681	,16349	1,000
		1501-3000TL Arası	0-1500TL Arası	,13598	,08691	,708
			3001-4500TL Arası	-,28093*	,08882	,010
			4500 TL ve üzeri	,10917	,15348	1,000
		3001-4500TL Arası	0-1500TL Arası	,41691*	,10517	,000
			1501-3000TL Arası	,28093*	,08882	,010
			4500 TL ve üzeri	,39010	,16451	,107
		4500 TL ve üzeri	0-1500TL Arası	,02681	,16349	1,000
			1501-3000TL Arası	-,10917	,15348	1,000
			3001-4500TL Arası	-,39010	,16451	,107

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5.38. ve Tablo 5.39.'daki analiz sonuçlarına göre:

- 0-1500 TL arası gelire sahip olanların Dini İbadet Konusundaki Tutumu, 1501-4500 TL arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 0-1500 TL arası gelire sahip olanların Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutumu, 1501-4500 TL arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır. 1501-3000 TL arası gelire sahip olanların Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutumu, 3001-4500 TL arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 0-1500 TL arası gelire sahip Seküler Dünya Görüşü, 1501'den daha yüksek gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 0-1500 TL arası gelire sahip olanların Turistlere Yönelik Olumsuz Tutumu, 3001-4500 TL arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 1501-3000 TL arası gelire sahip olanların Turistlere Yönelik Olumsuz Tutumu, 3001-4500 TL arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 3001-4500TL Arası gelire sahip olanların turistlere Yönelik Olumlu Tutumu, 3000 TL den daha az gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 0-1500TL arası gelire sahip olanların Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki görüşler, 1501 TL ve daha yüksek gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 1501-3000 TL Arası arası gelire sahip olanların Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri hakkındaki görüşler, 3001-4500TL Arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 3001-4500TL Arası gelire sahip olanların Turizmin Ekonomik Etkileri hakkındaki görüşleri, 0-1500TL Arası gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.
- 3001-4500TL Arası gelire sahip olanların Turizmin Diğer etkileri hakkındaki görüşleri, 3000 TL'den daha az gelire sahip olanlarınkinden daha fazladır.

Katılımcıların şehirde ikamet süresine göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.40.'da analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.40. Katılımcıların Şehirde İkamet Süresine Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Yıl	n	Ort.	St.sapma			Sütun	Fark
<b>Dini İbadet Konusunda ki Tutum</b>	1-5 Yıl	150	3,8	,71	Levene Statistic	3,095	A	
	6-10 Yıl	214	3,6	,84	Sig.	,046	B	
	11 Yıl ve üzeri	833	3,9	,78	Welch	8,655	C	B
	Toplam	1197	3,8	,79	Sig.	,000		
<b>Dini İnanç Konusunda ki Tutum</b>	1-5 Yıl	151	4,3	,59	Levene Statistic	4,130	A	
	6-10 Yıl	214	4,3	,70	Sig.	,016	B	
	11 Yıl ve üzeri	833	4,5	,49	Welch	8,795	C	AB
	Toplam	1198	4,4	,55	Sig.	,000		
<b>Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	1-5 Yıl	150	1,9	,75	Levene Statistic	6,731	A	C
	6-10 Yıl	214	2,0	,84	Sig.	,001	B	C
	11 Yıl ve üzeri	833	1,8	,69	Welch	6,655	C	
	Toplam	1197	1,8	,73	Sig.	,001		
<b>İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	1-5 Yıl	151	4,0	,83	Levene Statistic	14,022	A	
	6-10 Yıl	214	3,9	,93	Sig.	,000	B	
	11 Yıl ve üzeri	833	4,2	,72	Welch	9,228	C	AB
	Toplam	1198	4,1	,78	Sig.	,000		
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	1-5 Yıl	148	4,1	,81	Levene Statistic	3,611	A	B
	6-10 Yıl	214	3,8	,90	Sig.	,027	B	
	11 Yıl ve üzeri	832	3,9	,88	Welch	3,400	C	
	Toplam	1194	3,9	,88	Sig.	,035		
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	1-5 Yıl	147	1,9	,76	Levene Statistic	,010	A	
	6-10 Yıl	214	1,9	,72	Sig.	,990	B	C
	11 Yıl ve üzeri	831	1,8	,77	F	6,600	C	
	Toplam	1192	1,8	,76	Sig.	,001		
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	1-5 Yıl	147	1,6	,67	Levene Statistic	6,922	A	
	6-10 Yıl	213	1,7	,79	Sig.	,001	B	C
	11 Yıl ve üzeri	829	1,5	,56	Welch	5,508	C	
	Toplam	1189	1,6	,63	Sig.	,004		
<b>Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	1-5 Yıl	153	2,6	,71	Levene Statistic	4,914	A	BC
	6-10 Yıl	214	2,4	,82	Sig.	,007	B	
	11 Yıl ve üzeri	837	2,5	,85	Welch	3,688	C	
	Toplam	1204	2,5	,83	Sig.	,026		
<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	1-5 Yıl	151	3,8	,75	Levene Statistic	,742	A	
	6-10 Yıl	214	4,0	,70	Sig.	,476	B	A
	11 Yıl ve üzeri	835	4,0	,77	F	3,689	C	A
	Toplam	1200	4,0	,76	Sig.	,025		
<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	1-5 Yıl	152	3,9	,85	Levene Statistic	,259	A	
	6-10 Yıl	214	4,0	,88	Sig.	,772	B	
	11 Yıl ve üzeri	835	4,1	,82	F	7,051	C	A
	Toplam	1201	4,1	,84	Sig.	,001		
<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	1-5 Yıl	149	2,2	,88	Levene Statistic	9,154	A	
	6-10 Yıl	214	2,3	1,07	Sig.	,000	B	C
	11 Yıl ve üzeri	832	2,1	,92	Welch	4,339	C	
	Toplam	1195	2,1	,95	Sig.	,014		
<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	1-5 Yıl	150	2,9	,77	Levene Statistic	13,685	A	BC
	6-10 Yıl	214	2,6	,99	Sig.	,000	B	
	11 Yıl ve üzeri	832	2,6	,94	Welch	9,318	C	
	Toplam	1196	2,7	,93	Sig.	,000		
<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	1-5 Yıl	153	3,6	,62	Levene Statistic	1,905	A	
	6-10 Yıl	214	3,9	,69	Sig.	,149	B	A
	11 Yıl ve üzeri	837	3,9	,70	F	8,431	C	A
	Toplam	1204	3,9	,69	Sig.	,000		
<b>Turizmin Diğer etkileri</b>	1-5 Yıl	151	3,1	1,05	Levene Statistic	21,688	A	
	6-10 Yıl	214	3,5	1,03	Sig.	,000	B	AC
	11 Yıl ve üzeri	831	3,3	1,22	Welch	7,546	C	
	Toplam	1196	3,3	1,17	Sig.	,001		

Varyans analizleriyle ikamet süresine göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi gelir grupları arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle ikamet süresine göre gruplar arası dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.41. ile belirtilmiştir.

Tablo 5.41. İkamet süresine göre farklılıkların tespiti için yapılan Post Hoc test sonuçları

	Post Hoc	(I) İkamet süresi	(J) İkamet süresi	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	,14020	,08140	,198
			11 Yıl ve üzeri	-,11518	,06367	,169
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	-,14020	,08140	,198
			11 Yıl ve üzeri	-,25538*	,06357	,000
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	,11518	,06367	,169
			6-10 Yıl	,25538*	,06357	,000
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-,01056	,06786	,987
			11 Yıl ve üzeri	-,16482*	,05119	,004
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	,01056	,06786	,987
			11 Yıl ve üzeri	-,15426*	,05071	,007
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	,16482*	,05119	,004
			6-10 Yıl	,15426*	,05071	,007
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-,03042	,08357	,930
			11 Yıl ve üzeri	,15830*	,06540	,043
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	,03042	,08357	,930
			11 Yıl ve üzeri	,18873*	,06195	,007
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-,15830*	,06540	,043
			6-10 Yıl	-,18873*	,06195	,007
İnançını Başkalarına Aktarma Tutumu	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	,01582	,09265	,984
			11 Yıl ve üzeri	-,21762*	,07180	,008
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	-,01582	,09265	,984
			11 Yıl ve üzeri	-,23344*	,06841	,002
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	,21762*	,07180	,008
			6-10 Yıl	,23344*	,06841	,002
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	,23709*	,09090	,026
			11 Yıl ve üzeri	,12248	,07349	,220
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	-,23709*	,09090	,026
			11 Yıl ve üzeri	-,11460	,06880	,220
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-,12248	,07349	,220
			6-10 Yıl	,11460	,06880	,220

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5.41. (Devamı)

Seküler Dünya Görüşü	Bonferroni	1-5 Yıl	6-10 Yıl	<b>-,02542</b>	<b>,08123</b>	<b>1,000</b>
			11 Yıl ve üzeri	,15795	,06785	,060
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	,02542	,08123	1,000
			11 Yıl ve üzeri	.18337*	,05813	,005
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-,15795	,06785	,060
			6-10 Yıl	-.18337*	,05813	,005
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-,03692	,07715	,881
			11 Yıl ve üzeri	,12360	,05827	,088
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	,03692	,07715	,881
			11 Yıl ve üzeri	.16052*	,05766	,016
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-,12360	,05827	,088
			6-10 Yıl	-.16052*	,05766	,016
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	.19839*	,08023	,037
			11 Yıl ve üzeri	.15846*	,06470	,040
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	-.19839*	,08023	,037
			11 Yıl ve üzeri	-,03993	,06313	,802
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-.15846*	,06470	,040
			6-10 Yıl	,03993	,06313	,802
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Bonferroni	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-.19613*	,08042	,045
			11 Yıl ve üzeri	-.17177*	,06691	,031
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	.19613*	,08042	,045
			11 Yıl ve üzeri	,02436	,05797	1,000
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	.17177*	,06691	,031
			6-10 Yıl	-,02436	,05797	1,000
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Bonferroni	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-,13339	,08865	,398
			11 Yıl ve üzeri	-.25824*	,07370	,001
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	,13339	,08865	,398
			11 Yıl ve üzeri	-,12484	,06403	,154
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	.25824*	,07370	,001
			6-10 Yıl	,12484	,06403	,154
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-,10970	,10258	,534
			11 Yıl ve üzeri	,11250	,07859	,327
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	,10970	,10258	,534
			11 Yıl ve üzeri	.22220*	,08000	,016
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-,11250	,07859	,327
			6-10 Yıl	-.22220*	,08000	,016

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.



Tablo 5.41. (Devamı)

Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	<b>.31887*</b>	<b>,09235</b>	<b>,002</b>
			11 Yıl ve üzeri	.29447*	,07080	,000
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	-.31887*	,09235	,002
			11 Yıl ve üzeri	-,02440	,07496	,943
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	-.29447*	,07080	,000
			6-10 Yıl	,02440	,07496	,943
Turizmin Ekonomik Etkileri	Bonferroni	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-.20530*	,07283	,015
			11 Yıl ve üzeri	-.24831*	,06048	,000
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	.20530*	,07283	,015
			11 Yıl ve üzeri	-,04301	,05269	1,000
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	.24831*	,06048	,000
			6-10 Yıl	,04301	,05269	1,000
Turizmin Diğer etkileri	Games-Howell	1-5 Yıl	6-10 Yıl	-.42384*	,11067	,000
			11 Yıl ve üzeri	-,20543	,09529	,081
		6-10 Yıl	1-5 Yıl	.42384*	,11067	,000
			11 Yıl ve üzeri	.21841*	,08228	,022
		11 Yıl ve üzeri	1-5 Yıl	,20543	,09529	,081
			6-10 Yıl	-.21841*	,08228	,022

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5.40. ve 41.'deki analiz sonuçlarına göre:

- Dini İbadet Konusundaki Tutum:  
11 yıl ve daha fazla süreli bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 6-10 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Dini İnanç Konusundaki Tutum:  
11 yıl ve daha fazla süreli bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 1-10 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Dini İnanç Karşıtı Tutum:  
1-10 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 11 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- İncancını Başkalarına Aktarma Tutumu:  
11 yıl ve daha fazla süreli bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 1-10 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum:  
1-5 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 6-10 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.

- Seküler Dünya Görüşü:  
6-10 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 11 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- İnanca Yönelik Negatif Tutum  
6-10 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 11 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum:  
1-5 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 6 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Olumlu Tutum:  
6 yıl ve daha fazla süreli bulunduğu şehirde ikamet edenlerin tutumu; 1-5 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı:  
11 yıl ve daha fazla süreli bulunduğu şehirde ikamet edenlerin bakış açısı; 1-5 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı:  
6-10 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin bakış açısı; 11 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri:  
1-5 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin turizmin çevresel olumsuz etkileri hakkındaki ifadeler katılım düzeyi; 6 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turizmin Ekonomik Etkileri:  
6 yıl ve daha fazla süreli bulunduğu şehirde ikamet edenlerin turizmin ekonomik etkileri hakkındaki ifadeler katılım düzeyi; 1-5 yıl aralığında aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.
- Turizmin Diğer etkileri:  
6-10 yıl aralığında bulunduğu şehirde ikamet edenlerin turizmin diğer etkileri hakkındaki ifadeler katılım düzeyi; 1-5 yıl arası, 11 yıl ve daha fazla süreli aynı şehirde ikamet edenlerden daha fazladır.

Katılımcıların mesleklerine göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.42.'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.42. Katılımcıların Mesleklerine Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

		n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Esnaf	168	3,8431	,83066	Levene Statistic	2,908	A	
	İşçi	380	3,8061	,81125	Sig.	,003	B	
	Memur	138	3,6004	,86071	Welch	2,761	C	
	Serbest Meslek	130	3,9420	,69377	Sig.	,006	D	C
	Diğer	58	3,9174	,68402			E	
	Ev Hanımı	112	3,9699	,64092			F	C
	Emekli	48	3,6961	,90679			G	
	İşsiz	37	3,7096	,78981			H	
	Öğrenci	102	3,7708	,72475			I	
	Toplam	1173	3,8128	,78806				
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Esnaf	168	4,4519	,50976	Levene Statistic	2,916	A	
	İşçi	381	4,4808	,50326	Sig.	,003	B	H
	Memur	138	4,4002	,53406	Welch	2,092	C	
	Serbest Meslek	130	4,4771	,51144	Sig.	,037	D	
	Diğer	58	4,2718	,65204			E	
	Ev Hanımı	112	4,3725	,44723			F	
	Emekli	48	4,3186	,72299			G	
	İşsiz	37	4,1832	,69548			H	
	Öğrenci	103	4,3985	,65450			I	
	Toplam	1175	4,4229	,54660				
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Esnaf	168	1,8053	,66085	Levene Statistic	2,317	A	
	İşçi	380	1,7668	,67716	Sig.	,018	B	
	Memur	138	1,8022	,69453	Welch	2,188	C	
	Serbest Meslek	130	1,8888	,81413	Sig.	,028	D	
	Diğer	58	2,1629	,90051			E	B
	Ev Hanımı	112	1,7482	,71319			F	
	Emekli	48	1,8417	,73567			G	
	İşsiz	37	2,0811	,86597			H	
	Öğrenci	102	1,9044	,71933			I	
	Toplam	1173	1,8328	,72612				
İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu	Esnaf	168	4,1369	,73078	Levene Statistic	4,268	A	
	İşçi	381	4,2458	,64691	Sig.	,000	B	EG
	Memur	138	4,0652	,86835	Welch	4,111	C	
	Serbest Meslek	130	4,1910	,76675	Sig.	,000	D	
	Diğer	58	3,8592	,83759			E	
	Ev Hanımı	112	4,0179	,83928			F	
	Emekli	48	3,7917	,92413			G	
	İşsiz	37	3,9910	,74737			H	
	Öğrenci	103	3,9450	,93713			I	
	Toplam	1175	4,1092	,78118				
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Esnaf	168	4,0179	,80025	Levene Statistic	1,971	A	C
	İşçi	380	3,8895	,86999	Sig.	,047	B	C
	Memur	137	3,6058	,83673	Welch	4,993	C	
	Serbest Meslek	130	3,9115	,98332	Sig.	,000	D	
	Diğer	58	3,9224	,93096			E	
	Ev Hanımı	112	4,0714	,87213			F	C
	Emekli	47	4,0000	,84699			G	
	İşsiz	37	4,2162	,72208			H	C
	Öğrenci	101	4,1733	,85275			I	C
	Toplam	1170	3,9355	,87737				

Tablo 5.42. (Devamı)

Seküler Dünya Görüşü	<b>Esnaf</b>	<b>168</b>	<b>1,7345</b>	<b>,70439</b>	<b>Levene Statistic</b>	<b>5,106</b>	<b>A</b>	
	İşçi	381	1,6752	,63306	Sig.	,000	B	
	Memur	137	1,7630	,75256	Welch	4,022	C	
	Serbest Meslek	129	1,8752	,85101	Sig.	,000	D	
	Diğer	57	2,0281	,92210			E	
	Ev Hanımı	112	1,8914	,83159			F	
	Emekli	47	1,8511	,68739			G	
	İşsiz	37	1,9613	,73218			H	
	Öğrenci	101	2,0832	,91616			I	AB
	Toplam	1169	1,8054	,76011				
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Esnaf	166	1,5502	,59160	Levene Statistic	3,732	A	
	İşçi	381	1,5556	,56936	Sig.	,000	B	
	Memur	137	1,6594	,60965	Welch	1,511	C	
	Serbest Meslek	129	1,4755	,55555	Sig.	,153	D	
	Diğer	57	1,6462	,68579			E	
	Ev Hanımı	112	1,4821	,66942			F	
	Emekli	47	1,6596	,69675			G	
	İşsiz	37	1,7297	,78110			H	
	Öğrenci	100	1,6167	,78764			I	
	Toplam	1166	1,5705	,62694				
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Esnaf	170	2,7481	,91216	Levene Statistic	2,086	A	BC
	İşçi	381	2,3338	,81130	Sig.	,034	B	
	Memur	138	2,1508	,72164	Welch	7,668	C	
	Serbest Meslek	130	2,5068	,85633	Sig.	,000	D	C
	Diğer	58	2,6613	,74580			E	C
	Ev Hanımı	112	2,5899	,74735			F	C
	Emekli	49	2,5866	,83198			G	C
	İşsiz	37	2,5560	,67873			H	
	Öğrenci	104	2,5446	,84792			I	C
	Toplam	1179	2,4677	,83123				
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Esnaf	169	4,0355	,78646	Levene Statistic	2,886	A	F
	İşçi	381	4,1032	,70183	Sig.	,003	B	DEF
	Memur	138	4,1938	,61387	Welch	9,862	C	DEF G
	Serbest Meslek	130	3,8071	,81392	Sig.	,000	D	
	Diğer	58	3,6293	,90835			E	
	Ev Hanımı	112	3,6071	,74640			F	
	Emekli	48	3,8281	,66075			G	
	İşsiz	37	3,8243	,74737			H	
	Öğrenci	103	4,1553	,72686			I	DEF
	Toplam	1176	3,9853	,75845				
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Esnaf	168	4,0952	,96333	Levene Statistic	1,222	A	
	İşçi	381	4,2100	,80247	Sig.	,282	B	F
	Memur	138	4,2029	,78684	F	4,681	C	F
	Serbest Meslek	129	4,0155	,80994	Sig.	,000	D	
	Diğer	58	3,8534	,70716			E	
	Ev Hanımı	112	3,7813	,77628			F	
	Emekli	49	4,0000	,91856			G	
	İşsiz	37	3,7703	,85468			H	
	Öğrenci	104	4,0481	,88273			I	
	Toplam	1176	4,0761	,84397				

Tablo 5.42. (Devamı)

Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	<b>Esnaf</b>	<b>168</b>	<b>2,1935</b>	<b>,89564</b>	<b>Levene Statistic</b>	<b>1,624</b>	<b>A</b>	
	İşçi	379	2,1385	,93926	Sig.	,113	B	
	Memur	138	1,9855	,95318	F	2,519	C	
	Serbest Meslek	129	2,0116	,90671	Sig.	,010	D	
	Diğer	57	2,1053	,84904			E	
	Ev Hanımı	111	2,3964	1,03379			F	C
	Emekli	49	2,4388	1,14852			G	
	İşsiz	37	2,2568	,87100			H	
	Öğrenci	102	2,1078	,98410			I	
	Toplam	1170	2,1509	,95297				
Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	<b>Esnaf</b>	<b>168</b>	<b>2,7937</b>	<b>,95345</b>	<b>Levene Statistic</b>	<b>1,877</b>	<b>A</b>	<b>BC</b>
	İşçi	380	2,4604	,91658	Sig.	,060	B	
	Memur	138	2,2126	,92276	F	10,098	C	
	Serbest Meslek	129	2,7496	,92065	Sig.	,000	D	C
	Diğer	57	2,9298	,77148			E	BC
	Ev Hanımı	111	2,8874	,87506			F	BC
	Emekli	49	2,7993	,95741			G	C
	İşsiz	37	2,9865	,67743			H	BC
	Öğrenci	102	2,8863	,90249			I	BC
	Toplam	1171	2,6421	,93468				
Turizmin Ekonomik Etkileri	<b>Esnaf</b>	<b>170</b>	<b>3,8456</b>	<b>,72672</b>	<b>Levene Statistic</b>	<b>2,323</b>	<b>A</b>	<b>F</b>
	İşçi	381	4,0259	,66372	Sig.	,018	B	DEFGH
	Memur	138	4,0595	,64989	Welch	12,910	C	DEFGH
	Serbest Meslek	130	3,7804	,74316	Sig.	,000	D	F
	Diğer	58	3,5944	,54676			E	
	Ev Hanımı	112	3,4844	,63137			F	
	Emekli	49	3,6404	,71459			G	
	İşsiz	37	3,5882	,56156			H	
	Öğrenci	104	3,8178	,65810			I	F
	Toplam	1179	3,8560	,69531				
Turizmin Diğer etkileri	<b>Esnaf</b>	<b>167</b>	<b>3,1467</b>	<b>1,24222</b>	<b>Levene Statistic</b>	<b>10,765</b>	<b>A</b>	
	İşçi	380	3,3184	1,25609	Sig.	,000	B	
	Memur	138	3,8225	1,01773	Welch	7,496	C	ABCDEFGH I
	Serbest Meslek	129	3,2171	1,20358	Sig.	,000	D	
	Diğer	58	2,9052	1,02793			E	
	Ev Hanımı	112	3,3482	,82429			F	
	Emekli	48	3,1979	1,16573			G	
	İşsiz	37	2,8514	,87293			H	
	Öğrenci	102	3,1275	1,15973			I	
	Toplam	1171	3,2882	1,17196				

Varyans analizleriyle mesleğe göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi gelir grupları arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle mesleğe göre gruplar arası dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.43. ile belirtilmiştir.

Tablo 5.43. Mesleğe Göre Farklılıkların Tespiti İçin Yapılan Post Hoc Test Sonuçları

	Post Hoc	(I) Meslek	(J) Meslek	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Dini İbadet Konusunda ki Tutum	Games-Howell	Memur	Serbest Meslek	-.34158*	,09524	,012
			Ev Hanımı	-.36953*	,09506	,004
		Serbest Meslek	Memur	.34158*	,09524	,012
			Ev Hanımı	Memur	.36953*	,09506
İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu	Games-Howell	İşçi	Diğer	.38665*	,11487	,032
			Emekli	.45418*	,13744	,042
		Diğer	İşçi	-.38665*	,11487	,032
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Games-Howell	Esnaf	Memur	.41202*	,09446	,001
			İşçi	Memur	.28363*	,08427
		Memur	Esnaf	-.41202*	,09446	,001
			İşçi	-.28363*	,08427	,024
			Ev Hanımı	-.46559*	,10909	,001
			İşsiz	-.61038*	,13857	,001
		Ev Hanımı	Öğrenci	-.56743*	,11095	,000
			Memur	.46559*	,10909	,001
İşsiz	Memur	.61038*	,13857	,001		
	Öğrenci	Memur	.56743*	,11095	,000	
Seküler Dünya Görüşü	Games-Howell	Esnaf	Öğrenci	-.34864*	,10613	,033
			İşçi	Öğrenci	-.40793*	,09676
		Öğrenci	Esnaf	.34864*	,10613	,033
			İşçi	.40793*	,09676	,002
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Games-Howell	Esnaf	İşçi	.41428*	,08138	,000
			Memur	.59732*	,09310	,000
		İşçi	Esnaf	-.41428*	,08138	,000
			Memur	-.59732*	,09310	,000
		Memur	Serbest Meslek	-.35606*	,09703	,009
			Diğer	-.51054*	,11560	,001
			Ev Hanımı	-.43913*	,09360	,000
			Emekli	-.43584*	,13379	,042
İşsiz	Öğrenci	-.40519	,12737	,055		
	Öğrenci	-.39380*	,10338	,006		
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Games-Howell	Esnaf	Ev Hanımı	.42836*	,09292	,000
			İşçi	Serbest Meslek	.29619*	,07993
		Diğer		.47393*	,12457	,009
		Ev Hanımı		.49609*	,07916	,000
		Memur	Serbest Meslek	.38679*	,08847	,001
			Diğer	.56453*	,13022	,001
			Ev Hanımı	.58670*	,08778	,000
		Serbest Meslek	Emekli	.36572*	,10875	,031
			İşçi	-.29619*	,07993	,008
			Memur	-.38679*	,08847	,001
		Diğer	Öğrenci	-.34829*	,10112	,019
			İşçi	-.47393*	,12457	,009
			Memur	-.56453*	,13022	,001
		Ev Hanımı	Öğrenci	-.52603*	,13912	,008
			Esnaf	-.42836*	,09292	,000
			İşçi	-.49609*	,07916	,000
		Emekli	Memur	-.58670*	,08778	,000
			Öğrenci	-.54820*	,10052	,000
Memur	-.36572*		,10875	,031		
Öğrenci	Serbest Meslek	.34829*	,10112	,019		
	Diğer	.52603*	,13912	,008		
	Ev Hanımı	.54820*	,10052	,000		

Tablo 5.43. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Meslek	(J) Meslek	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)			
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Bonferroni	İşçi	Ev Hanımı	.42872*	,08960	,000			
		Memur	Ev Hanımı	.42165*	,10602	,003			
		Ev Hanımı	İşçi	Ev Hanımı	-.42872*	,08960	,000		
			Memur	Ev Hanımı	-.42165*	,10602	,003		
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Bonferroni	Memur	Ev Hanımı	-.41089*	,12087	,025			
		Ev Hanımı	Memur	.41089*	,12087	,025			
Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Bonferroni	Esnaf	İşçi	.33330*	,08402	,003			
			Memur	.58109*	,10419	,000			
		İşçi	Esnaf	İşçi	-.33330*	,08402	,003		
			Diğer	İşçi	-.46947*	,12882	,010		
			Ev Hanımı	İşçi	-.42704*	,09785	,000		
			İşsiz	İşçi	-.52614*	,15618	,028		
			Öğrenci	İşçi	-.42592*	,10113	,001		
		Memur	Esnaf	Memur	-.58109*	,10419	,000		
			Serbest Meslek	Memur	-.53705*	,11107	,000		
			Diğer	Memur	-.71726*	,14279	,000		
			Ev Hanımı	Memur	-.67483*	,11563	,000		
			Emekli	Memur	-.58676*	,15081	,004		
		İşsiz	İşçi	Memur	-.77393*	,16790	,000		
			Öğrenci	Memur	-.67371*	,11842	,000		
		Serbest Meslek	Memur	Memur	.53705*	,11107	,000		
		Diğer	İşçi	Memur	.46947*	,12882	,010		
			Memur	Memur	.71726*	,14279	,000		
		Ev Hanımı	İşçi	Memur	.42704*	,09785	,000		
			Memur	Memur	.67483*	,11563	,000		
		Emekli	Memur	Memur	.58676*	,15081	,004		
		İşsiz	İşçi	Memur	.52614*	,15618	,028		
			Memur	Memur	.77393*	,16790	,000		
		Öğrenci	İşçi	Memur	.42592*	,10113	,001		
			Memur	Memur	.67371*	,11842	,000		
		Turizmin Ekonomik Etkileri	Games-Howell	İşçi	Serbest Meslek	İşçi	.24547*	,07352	,027
					Diğer	İşçi	.43145*	,07944	,000
					Ev Hanımı	İşçi	.54150*	,06867	,000
					Emekli	İşçi	.38549*	,10760	,018
İşsiz	İşçi				.43771*	,09838	,002		
Memur	Serbest Meslek			Memur	.27912*	,08549	,033		
	Diğer			Memur	.46511*	,09064	,000		
	Ev Hanımı			Memur	.57515*	,08136	,000		
	Emekli			Memur	.41914*	,11611	,015		
	İşsiz			Memur	.47136*	,10763	,001		
Serbest Meslek	İşçi			Memur	-.24547*	,07352	,027		
	Memur			Memur	-.27912*	,08549	,033		
	Ev Hanımı			Memur	.29603*	,08836	,026		
Diğer	İşçi			Memur	-.43145*	,07944	,000		
	Memur			Memur	-.46511*	,09064	,000		
Ev Hanımı	Esnaf			Memur	-.36121*	,08164	,000		
	İşçi			Memur	-.54150*	,06867	,000		
	Memur			Memur	-.57515*	,08136	,000		
	Serbest Meslek			Memur	-.29603*	,08836	,026		
Öğrenci	İşçi			Memur	-.33339*	,08788	,006		
	Memur			Memur	-.38549*	,10760	,018		
Emekli	İşçi			Memur	-.41914*	,11611	,015		
	Memur			Memur	-.43771*	,09838	,002		
İşsiz	İşçi			Memur	-.47136*	,10763	,001		
	Memur			Memur	-.47136*	,10763	,001		
Öğrenci	Memur			Ev Hanımı	.33339*	,08788	,006		

Tablo 5.43. (Devamı)

	Post Hoc	(I) Meslek	(J) Meslek	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)	
Turizmin Diğer etkileri	Games-Howell	<b>Esnaf</b>	<b>Memur</b>	-.67576*	,12941	,000	
		<b>İşçi</b>	<b>Memur</b>	-.50404*	,10797	,000	
		<b>Memur</b>	<b>Esnaf</b>	<b>Memur</b>	.67576*	,12941	,000
			<b>İşçi</b>	<b>Memur</b>	.50404*	,10797	,000
			<b>Serbest Meslek</b>	<b>Memur</b>	.60541*	,13688	,000
			<b>Diğer</b>	<b>Memur</b>	.91729*	,16039	,000
			<b>Ev Hanımı</b>	<b>Memur</b>	.47425*	,11650	,002
			<b>Emekli</b>	<b>Memur</b>	.62455*	,18925	,038
			<b>İşsiz</b>	<b>Memur</b>	.97111*	,16763	,000
			<b>Öğrenci</b>	<b>Memur</b>	.69501*	,14385	,000
		<b>Serbest Meslek</b>	<b>Memur</b>	-.60541*	,13688	,000	
		<b>Diğer</b>	<b>Memur</b>	-.91729*	,16039	,000	
		<b>Ev Hanımı</b>	<b>Memur</b>	-.47425*	,11650	,002	
		<b>Emekli</b>	<b>Memur</b>	-.62455*	,18925	,038	
		<b>İşsiz</b>	<b>Memur</b>	-.97111*	,16763	,000	
		<b>Öğrenci</b>	<b>Memur</b>	-.69501*	,14385	,000	

Not: Tablo 5.43.'te yalnızca farklılık olan gruplar belirtilmiştir.

Tablo 5.42. ve 5.43.'deki analiz sonuçlarına göre:

- Dini İbadet Konusundaki Tutum:  
Serbest meslek yapanlar ve ev hanımlarının tutumu; memurlardan daha fazladır.
- Dini İnanç Konusundaki Tutum:  
Serbest meslek yapanlar, esnaf ve işçi olanların tutumu; işsizlerden daha fazladır.
- Dini İnanç Karşıtı Tutum:  
Diğer meslek grubuna giren işlerde çalışanların tutumu; işçilerden daha fazladır.
- İncancı Başkalarına Aktarma Tutumu:  
İşçi olanların tutumu; Diğer meslek grubuna giren işlerde çalışanlardan ve emeklilerden daha fazladır.
- Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum:  
Esnaf, işçi, ev hanımı, işsiz ve öğrenci olanların tutumu; memurlardan daha fazladır.
- Seküler Dünya Görüşü:  
Öğrenci olanların tutumu; esnaf ve işçilerden daha fazladır.
- İnanca Yönelik Negatif Tutum  
Mesleğe göre inanca yönelik negatif tutum düzeyleri arasında bir farklılık tespit edilmemiştir.
- Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum:



Serbest meslek yapanlar, esnaf, ev hanımı, emekli ve öğrenci olanları tutumu; memurlardan daha fazladır. Ayrıca esnaf olanların tutumu; işçilerin tutumundan daha fazladır.

– Turistlere Yönelik Olumlu Tutum:

İşçi, memur ve öğrencilerin tutumu; serbest meslek yapanların, diğer meslek gurubunda çalışanların ve ev hanımlarının tutumundan daha fazladır. Ayrıca memurların tutumu; emeklilerin tutumundan daha fazladır. Esnaf olanların tutumu da ev hanımlarının tutumundan daha fazladır.

– Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı:

İşçi ve memurların turistlere ekonomik bakış açısı; ev hanımlarının bakış açısından daha fazladır.

– Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı:

Ev hanımlarının turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı; memurlarınkinden daha fazladır.

– Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri:

Esnafın, ev hanımlarının, diğer meslek grubuna giren mesleklerde çalışanların, işsizlerin ve öğrencilerin turizmin olumsuz etkileri hakkındaki düşüncelere katılımı; işçi ve memurlardan daha fazladır. Emekli olanların ve serbest meslek yapanların katılımı da memurlardan daha fazladır.

– Turizmin Ekonomik Etkileri:

İşçi ve memurların ekonomik etkiler hakkındaki düşüncelere katılım düzeyi; serbest meslek yapanların, diğer meslek grubuna giren mesleklerde çalışanların, ev hanımı, işsiz, emekli ve öğrenci olanların katılım düzeyinden daha fazladır. Serbest meslek yapanların ve öğrencilerin katılım düzeyi; ev hanımlarının katılım düzeyinden daha fazladır.

– Turizmin Diğer etkileri:

Memurların turizmin diğer etkiler hakkındaki düşüncelere katılım düzeyi; diğer gruplardan daha fazladır.

Katılımcıların ikamet ettikleri illere göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak

için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.44.'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.44. Katılımcıların İkamet Ettikleri İllere Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Şehir	n	Ort.	Standart sapma			Sütun	Fark
<b>Dini İbadet Konusundaki Tutum</b>	Antalya		3,7	,82	Levene Statistic	35,710	A	
	Nevşehir		4,4	,68	Sig.	,000	B	AC
	Trabzon		4,1	,51	Welch	80,982	C	A
	Toplam		3,8	,79	Sig.	,000		
<b>Dini İnanç Konusundaki Tutum</b>	Antalya		4,4	,56	Levene Statistic	7,790	A	
	Nevşehir		4,8	,44	Sig.	,000	B	AC
	Trabzon		4,4	,52	Welch	28,898	C	
	Toplam		4,4	,55	Sig.	,000		
<b>Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	Antalya		1,9	,72	Levene Statistic	5,449	A	BC
	Nevşehir		1,6	,90	Sig.	,004	B	
	Trabzon		1,8	,67	Welch	6,686	C	
	Toplam		1,8	,73	Sig.	,002		
<b>İnancımı Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	Antalya		4,2	,75	Levene Statistic	17,842	A	B
	Nevşehir		3,2	,95	Sig.	,000	B	
	Trabzon		4,2	,57	Welch	53,769	C	B
	Toplam		4,1	,78	Sig.	,000		
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	Antalya		3,8	,86	Levene Statistic	16,036	A	
	Nevşehir		4,0	1,10	Sig.	,000	B	
	Trabzon		4,2	,78	Welch	29,381	C	A
	Toplam		3,9	,88	Sig.	,000		
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	Antalya		1,8	,63	Levene Statistic	42,512	A	B
	Nevşehir		1,4	,60	Sig.	,000	B	
	Trabzon		2,1	1,03	Welch	31,004	C	AB
	Toplam		1,8	,76	Sig.	,000		
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	Antalya		1,6	,63	Levene Statistic	8,166	A	B
	Nevşehir		1,2	,61	Sig.	,000	B	
	Trabzon		1,5	,59	Welch	15,430	C	B
	Toplam		1,6	,63	Sig.	,000		
<b>Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	Antalya		2,3	,76	Levene Statistic	6,978	A	
	Nevşehir		2,8	,81	Sig.	,001	B	A
	Trabzon		2,8	,90	Welch	39,700	C	A
	Toplam		2,5	,83	Sig.	,000		
<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	Antalya		4,0	,69	Levene Statistic	19,869	A	C
	Nevşehir		4,2	,98	Sig.	,000	B	C
	Trabzon		3,8	,82	Welch	14,166	C	
	Toplam		4,0	,76	Sig.	,000		
<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	Antalya		4,1	,84	Levene Statistic	1,787	A	
	Nevşehir		4,3	,91	Sig.	,168	B	C
	Trabzon		4,0	,80	F	4,402	C	
	Toplam		4,1	,84	Sig.	,012		
<b>Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı</b>	Antalya		2,2	,98	Levene Statistic	14,189	A	C
	Nevşehir		2,2	,99	Sig.	,000	B	
	Trabzon		1,9	,82	Welch	12,290	C	
	Toplam		2,1	,95	Sig.	,000		
<b>Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri</b>	Antalya		2,5	,90	Levene Statistic	12,738	A	
	Nevşehir		2,8	,91	Sig.	,000	B	A
	Trabzon		3,2	,81	Welch	76,349	C	AB
	Toplam		2,7	,93	Sig.	,000		
<b>Turizmin Ekonomik Etkileri</b>	Antalya		3,9	,70	Levene Statistic	6,052	A	BC
	Nevşehir		3,6	,80	Sig.	,002	B	
	Trabzon		3,7	,60	Welch	14,942	C	
	Toplam		3,9	,69	Sig.	,000		
<b>Turizmin Diğer etkileri</b>	Antalya		3,4	1,16	Levene Statistic	2,795	A	C
	Nevşehir		3,2	1,28	Sig.	,062	B	
	Trabzon		3,0	1,11	F	16,449	C	
	Toplam		3,3	1,17	Sig.	,000		

Varyans analizleriyle ikamet edilen ile göre farklılık olduğu belirlenen faktörler için, farklılıkların hangi gelir grupları arasında olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testleri yapılmıştır. Levene testleriyle ikamet edilen ile göre gruplar arası dağılımın varyansları homojen olduğu belirlenen faktörler için ortalamaların farklarının belirlenmesi için Bonferroni, varyanslar arası homojen olmadığı belirlenen gruplar için ise Games-Howell testi kullanılmıştır. Arasında farklılık olan gruplar Tablo 5.45. ile belirtilmiştir.

Tablo 5.45. İkamet edilen ile göre farklılıkların tespiti için yapılan Post Hoc test sonuçları

	Post Hoc	(I) II	(J) II	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	-.78980*	,07647	,000
			Trabzon	-.41260*	,04172	,000
		Nevşehir	Antalya	.78980*	,07647	,000
			Trabzon	.37721*	,07701	,000
		Trabzon	Antalya	.41260*	,04172	,000
			Nevşehir	-.37721*	,07701	,000
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	-.37524*	,04940	,000
			Trabzon	-.04238	,03638	,475
		Nevşehir	Antalya	.37524*	,04940	,000
			Trabzon	.33286*	,05462	,000
		Trabzon	Antalya	.04238	,03638	,475
			Nevşehir	-.33286*	,05462	,000
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	.29133*	,09622	,009
			Trabzon	.11573*	,04701	,038
		Nevşehir	Antalya	-.29133*	,09622	,009
			Trabzon	-.17560	,10103	,195
		Trabzon	Antalya	-.11573*	,04701	,038
			Nevşehir	.17560	,10103	,195
İnançını Başkalarına Aktarma Tutumu	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	1.00431*	,10235	,000
			Trabzon	-.07693	,04283	,172
		Nevşehir	Antalya	-1.00431*	,10235	,000
			Trabzon	-1.08124*	,10448	,000
		Trabzon	Antalya	.07693	,04283	,172
			Nevşehir	1.08124*	,10448	,000
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	-.21409	,11939	,177
			Trabzon	-.41861*	,05478	,000
		Nevşehir	Antalya	.21409	,11939	,177
			Trabzon	-.20451	,12425	,231
		Trabzon	Antalya	.41861*	,05478	,000
			Nevşehir	.20451	,12425	,231
Sektüler Dünya Görüşü	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	.40536*	,06781	,000
			Trabzon	-.28813*	,06462	,000
		Nevşehir	Antalya	-.40536*	,06781	,000
			Trabzon	-.69349*	,08840	,000
		Trabzon	Antalya	.28813*	,06462	,000
			Nevşehir	.69349*	,08840	,000
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	.38004*	,07005	,000
			Trabzon	.08768	,04135	,087
		Nevşehir	Antalya	-.38004*	,07005	,000
			Trabzon	-.29236*	,07515	,000
		Trabzon	Antalya	-.08768	,04135	,087
			Nevşehir	.29236*	,07515	,000

Tablo 5.45. (Devamı)

	Post Hoc	(I) II	(J) II	Ortalama farklılık (I-J)	Standart hata	Sig. (p)
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	-.47484*	,08603	,000
			Trabzon	-.45819*	,05939	,000
		Nevşehir	Antalya	.47484*	,08603	,000
			Trabzon	,01665	,09746	,984
		Trabzon	Antalya	.45819*	,05939	,000
			Nevşehir	-.01665	,09746	,984
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	-.15153	,10361	,313
			Trabzon	.26798*	,05415	,000
		Nevşehir	Antalya	,15153	,10361	,313
			Trabzon	.41951*	,11187	,001
		Trabzon	Antalya	-.26798*	,05415	,000
			Nevşehir	-.41951*	,11187	,001
CFak3 Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Bonferroni	Antalya	Nevşehir	-.20949	,08914	,057
			Trabzon	,07995	,05749	,494
		Nevşehir	Antalya	,20949	,08914	,057
			Trabzon	.28944*	,09762	,009
		Trabzon	Antalya	-.07995	,05749	,494
			Nevşehir	-.28944*	,09762	,009
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	,04586	,10481	,900
			Trabzon	.29330*	,05939	,000
		Nevşehir	Antalya	-.04586	,10481	,900
			Trabzon	.24744	,11027	,067
		Trabzon	Antalya	-.29330*	,05939	,000
			Nevşehir	-.24744	,11027	,067
Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	-.30040*	,09664	,007
			Trabzon	-.71010*	,05754	,000
		Nevşehir	Antalya	.30040*	,09664	,007
			Trabzon	-.40970*	,10317	,000
		Trabzon	Antalya	.71010*	,05754	,000
			Nevşehir	.40970*	,10317	,000
Turizmin Ekonomik Etkileri	Games-Howell	Antalya	Nevşehir	.31164*	,08427	,001
			Trabzon	.19725*	,04301	,000
		Nevşehir	Antalya	-.31164*	,08427	,001
			Trabzon	-.11439	,08813	,399
		Trabzon	Antalya	-.19725*	,04301	,000
			Nevşehir	,11439	,08813	,399
Turizmin Diğer etkileri	Bonferroni	Antalya	Nevşehir	,26656	,12347	,093
			Trabzon	.44777*	,07995	,000
		Nevşehir	Antalya	-.26656	,12347	,093
			Trabzon	,18121	,13538	,543
		Trabzon	Antalya	-.44777*	,07995	,000
			Nevşehir	-.18121	,13538	,543

Not: Farklılık olan gruplar tabloda \* ile belirtilmiştir.

Tablo 5.44. ve Tablo 5.45.'deki analiz sonuçlarına göre:

- Dini İbadet Konusundaki Tutum:  
Nevşehir'de ikamet edenlerin tutumu; Antalya ve Trabzon'da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır. Trabzon'da ikamet edenlerin tutumu, Antalya'da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- Dini İnanç Konusundaki Tutum:  
Nevşehir'de ikamet edenlerin tutumu; Antalya ve Trabzon'da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.

- Dini İnanç Karşıtı Tutum:  
Antalya’da ikamet edenlerin tutumu; Nevşehir ve Trabzon’da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- İncancını Başkalarına Aktarma Tutumu:  
Antalya ve Trabzon’da ikamet edenlerin tutumu; Nevşehir’de ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum:  
Trabzon’da ikamet edenlerin tutumu; Antalya’da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- Seküler Dünya Görüşü:  
Trabzon’da ikamet edenlerin tutumu; Antalya ve Nevşehir’de ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır. Antalya’da ikamet edenlerin tutumu; Nevşehir’de ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- İnanca Yönelik Negatif Tutum  
Antalya ve Trabzon’da ikamet edenlerin tutumu; Nevşehir’de ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum:  
Nevşehir ve Trabzon’da ikamet edenlerin tutumu; Antalya’da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Olumlu Tutum:  
Antalya ve Nevşehir’de ikamet edenlerin tutumu; Trabzon’da ikamet edenlerin tutumundan daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı:  
Nevşehir’de ikamet edenlerin bakış açısı; Trabzon’da ikamet edenlerin bakış açısından daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı:  
Antalya’da ikamet edenlerin bakış açısı; Trabzon’da ikamet edenlerin bakış açısından daha fazladır.
- Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri:  
Nevşehir’de ikamet edenlerin turizmin çevresel olumsuz etkileri hakkındaki ifadeler katılıma katılım düzeyi; Antalya’da ikamet edenlerin katılım düzeyinden daha fazladır. Trabzon’da ikamet edenlerin turizmin çevresel olumsuz etkileri

hakkındaki ifadeler katılıma düzeyi; Antalya ve Nevşehir’de ikamet edenlerin katılıma düzeyinden daha fazladır.

– Turizmin Ekonomik Etkileri:

Antalya’da ikamet edenlerin turizmin ekonomik etkileri hakkındaki ifadeler katılıma düzeyi; Nevşehir ve Trabzon’da ikamet edenlerin katılıma düzeyinden daha fazladır.

– Turizmin Diğer etkileri:

Antalya’da ikamet edenlerin turizmin diğer etkileri hakkındaki ifadeler katılıma düzeyi; Trabzon’da ikamet edenlerin katılıma düzeyinden daha fazladır.

Katılımcıların yabancılarla etkileşim içinde bulunma durumuna göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadeler katılıma durumu arasında farklılıkları araştırmak için bağımsız gruplar t-testleri yapılmıştır. Tablo 5.46.’de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.46. Yabancılarla Etkileşim İçinde Bulunma Durumuna Göre Farklılıklar T-Testi Analiz Sonuçları

Boyutlar		N	Ort.	Standart Sapma	Levene's Test	Levene p	t	t-test p
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Evet	396	3,8	,78	1,181	,277	,134	,893
	Hayır	801	3,8	,79				
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Evet	397	4,4	,57	10,406	,001	,134	,894
	Hayır	801	4,4	,55				
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Evet	396	1,9	,77	6,355	,012	,668	,504
	Hayır	801	1,8	,71				
İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu	Evet	397	4,0	,83	2,166	,141	-3,645	,000
	Hayır	801	4,2	,75				
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Evet	394	4,2	,81	16,461	,000	6,397	,000
	Hayır	800	3,8	,89				
Seküler Dünya Görüşü	Evet	394	1,8	,82	8,499	,004	,919	,358
	Hayır	798	1,8	,73				
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Evet	391	1,5	,65	8,207	,004	-1,080	,280
	Hayır	798	1,6	,62				
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Evet	400	2,7	,84	,052	,820	5,914	,000
	Hayır	804	2,4	,81				
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Evet	400	4,0	,74	,053	,818	1,542	,141
	Hayır	800	4,0	,77				
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Evet	399	4,1	,84	,694	,405	1,053	,292
	Hayır	802	4,1	,84				
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Evet	397	2,1	,90	2,196	,139	-,472	,637
	Hayır	798	2,2	,98				
Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri	Evet	397	2,9	,89	13,091	,000	6,293	,000
	Hayır	799	2,5	,93				
Turizmin Ekonomik Etkileri	Evet	400	3,8	,67	2,433	,119	-1,334	,182
	Hayır	804	3,9	,70				
Turizmin Diğer etkileri	Evet	398	3,0	1,18	,930	,335	-6,333	,000
	Hayır	798	3,4	1,15				

Tablo 5.46.’daki analiz sonuçlarına göre:

- Yabancıyla etkileşim içinde bulunmayanların, inancını başkalarına aktarma tutumu yabancıyla etkileşimde bulunanlardan daha fazladır.
- Yabancıyla etkileşim içinde bulunanların, inançlara yönelik pozitif tutumu yabancıyla etkileşimde bulunmayanlardan daha fazladır.
- Yabancıyla etkileşim içinde bulunanların, turistlere yönelik olumsuz tutumu yabancıyla etkileşimde bulunmayanlardan daha fazladır.
- Yabancıyla etkileşim içinde bulunanların, turizmin çevresel olumsuz etki ettiğini düşünme durumu yabancıyla etkileşimde bulunmayanlardan daha fazladır.
- Yabancıyla etkileşim içinde bulunmayanların, turizmin diğer etkileri hakkındaki tutumu yabancıyla etkileşimde bulunanlardan daha fazladır.

Katılımcıların turizmle ilgili bir işte çalışma durumuna göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadeler katılımlarında farklılıkları araştırmak için bağımsız gruplar t-testleri yapılmıştır. Tablo 5.47.'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.47. Turizmle İlgili Bir İşte Çalışma Durumuna Göre Farklılıklar T-Testi Analiz Sonuçları

Turizmle ilgili bir işte çalıştınız mı?	N	Ort.	Standart Sapma	Levene's Test	Levene p	t	t-test p	
<b>Dini İbadet Konusundaki Tutum</b>	Evet	299	3,7	,91	20,860	,000	2,436	,015
	Hayır	890	3,9	,75				
<b>Dini İnanç Konusundaki Tutum</b>	Evet	299	4,4	,62	3,621	,057	,863	,388
	Hayır	891	4,4	,53				
<b>Dini İnanç Karşıtı Tutum</b>	Evet	299	1,9	,79	5,297	,022	,572	,567
	Hayır	890	1,8	,70				
<b>İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu</b>	Evet	299	4,0	,88	13,373	,000	3,300	,001
	Hayır	891	4,2	,75				
<b>Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum</b>	Evet	299	4,1	,86	3,636	,057	3,441	,001
	Hayır	887	3,9	,88				
<b>Seküler Dünya Görüşü</b>	Evet	299	1,7	,70	3,030	,082	2,622	,009
	Hayır	885	1,8	,78				
<b>İnanca Yönelik Negatif Tutum</b>	Evet	296	1,6	,63	,000	,984	-,469	,639
	Hayır	885	1,6	,63				
<b>Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum</b>	Evet	302	2,5	,83	,008	,930	1,394	,163
	Hayır	893	2,5	,83				
<b>Turistlere Yönelik Olumlu Tutum</b>	Evet	302	4,0	,79	1,057	,304	1,322	,186
	Hayır	890	4,0	,75				
<b>Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı</b>	Evet	302	4,1	,91	5,754	,017	,181	,857
	Hayır	890	4,1	,81				

Tablo 5.47. (Devamı)

Turizmle ilgili bir işte çalıştınız mı?		N	Ort.	Standart Sapma	Levene's Test	Levene p	t	t-test p
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Evet	302	2,2	,97	2,267	,132	1,241	,215
	Hayır	884	2,1	,94				
Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri	Evet	302	2,7	,90	6,449	,011		
	Hayır	885	2,6	,95			,513	,608
Turizmin Ekonomik Etkileri	Evet	302	3,8	,70	,033	,856	-1,590	,112
	Hayır	893	3,9	,69				
Turizmin Diğer etkileri	Evet	302	3,1	1,24	6,518	,011	-3,760	,000
	Hayır	885	3,4	1,14				

Tablo 5.47.'deki analiz sonuçlarına göre:

- Turizmle ilgili bir işte çalışmayanların, ibadet konusundaki tutumu turizmle ilgili bir işte çalışanlardan daha fazladır.
- Turizmle ilgili bir işte çalışmayanların, inancını başkalarına aktarma tutumu turizmle ilgili bir işte çalışanlardan daha fazladır.
- Turizmle ilgili bir işte çalışanların, inançlara yönelik pozitif tutumu turizmle ilgili bir işte çalışmayanlardan daha fazladır.
- Seküler dünya görüşü ile ilgili olarak turizmle ilgili bir işte çalışmayanların tutumu çalışanların tutumundan yüksek çıkmıştır.
- Turizmle ilgili bir işte çalışmayanların, turizmin diğer etkileri hakkındaki tutumu turizmle ilgili bir işte çalışanlardan daha fazladır.

Katılımcıların kendilerini tanımlama şekline göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Tablo 5.48.'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.



Tablo 5.48. Katılımcıların Kendilerini Tanımlama Şekline Göre Farklılıklar İçin Yapılan Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar		n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
Dini İbadet Konusundaki Tutum	Liberal	37	4,0	,81	Levene Statistic	7,59	A	E
	Muhafazakar	173	4,1	,67	Sig.	,000	B	CDEF
	Milliyetçi	369	3,9	,67	Welch	10,81	C	E
	Sosyalist	106	3,7	,88	Sig.	,000	D	
	Atatürkçü	254	3,5	,90			E	
	Çevreci	36	3,5	,92			F	
	Demokrat	35	3,7	,76			G	
	Sosyal demokrat	12	3,4	,87			H	
	Ülkücü	17	4,2	,49			I	EF
	İslamci	69	4,2	,54			J	CDEFG
	Dindar	19	4,0	,43			K	E
	Diğer	51	3,8	,77			L	
Toplam	1178	3,8	,79					
Dini İnanç Konusundaki Tutum	Liberal	37	4,5	,52	Levene Statistic	4,28	A	
	Muhafazakar	173	4,6	,27	Sig.	,000	B	CEH
	Milliyetçi	369	4,4	,49	Welch	8,29	C	
	Sosyalist	105	4,4	,59	Sig.	,000	D	
	Atatürkçü	254	4,3	,76			E	
	Çevreci	36	4,6	,26			F	EH
	Demokrat	36	4,2	,67			G	
	Sosyal demokrat	12	4,3	,20			H	
	Ülkücü	17	4,8	,31			I	CDEGHL
	İslamci	69	4,5	,37			J	E
	Dindar	19	4,4	,37			K	
	Diğer	51	4,4	,63			L	
Toplam	1178	4,4	,56					
Dini İnanç Karşıtı Tutum	Liberal	37	1,7	,72	Levene Statistic	1,70	A	
	Muhafazakar	173	1,7	,62	Sig.	,069	B	
	Milliyetçi	369	1,9	,72	F	3,58	C	
	Sosyalist	106	1,8	,72	Sig.	0,000	D	
	Atatürkçü	254	2,0	,83			E	BJ
	Çevreci	36	1,8	,65			F	
	Demokrat	35	2,0	,71			G	
	Sosyal demokrat	12	2,2	,71			H	
	Ülkücü	17	1,4	,59			I	
	İslamci	69	1,6	,59			J	
	Dindar	19	1,8	,66			K	
	Diğer	51	1,8	,59			L	
Toplam	1178	1,8	,72					
İnancını Başkalarına Aktarma Tutumu	Liberal	37	4,1	,86	Levene Statistic	6,98	A	
	Muhafazakar	173	4,3	,73	Sig.	,000	B	E
	Milliyetçi	369	4,2	,64	Welch	3,78	C	E
	Sosyalist	105	4,1	,81	Sig.	,000	D	
	Atatürkçü	254	3,9	,93			E	
	Çevreci	36	4,2	,54			F	
	Demokrat	36	3,9	,95			G	
	Sosyal demokrat	12	3,9	,62			H	
	Ülkücü	17	4,1	,78			I	
	İslamci	69	4,3	,58			J	E
	Dindar	19	3,9	,76			K	
	Diğer	51	4,2	,74			L	
Toplam	1178	4,1	,77					

Tablo 5.48. (Devamı)

Boyutlar		n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum	Liberal	37	3,9	1,07	Levene Statistic	4,14	A	
	Muhafazakar	172	3,9	,96	Sig.	,000	B	
	Milliyetçi	369	4,1	,80	Welch	5,14	C	D
	Sosyalist	106	3,6	,83	Sig.	,000	D	
	Atatürkçü	254	3,9	,85			E	
	Çevreci	36	4,1	,84			F	
	Demokrat	35	3,6	,97			G	
	Sosyal demokrat	12	4,2	,58			H	
	Ülkücü	17	4,5	,74			I	DG
	İslamci	69	4,1	,81			J	D
	Dindar	19	3,9	,99			K	
Diğer	51	4,0	,88			L		
Toplam	1177	3,9	,87					
Seküler Dünya Görüşü	Liberal	37	1,6	,67	Levene Statistic	3,46	A	
	Muhafazakar	171	1,7	,67	Sig.	,000	B	
	Milliyetçi	368	1,9	,83	Welch	7,45	C	IJL
	Sosyalist	105	1,8	,72	Sig.	,000	D	IJ
	Atatürkçü	254	2,0	,80			E	BIJL
	Çevreci	36	1,8	,88			F	
Demokrat	36	2,1	,84			G	IJ	
Seküler Dünya Görüşü	Sosyal demokrat	12	1,8	,51			H	
	Ülkücü	17	1,3	,46			I	
	İslamci	69	1,5	,48			J	
	Dindar	19	2,0	,70			K	
	Diğer	51	1,6	,46			L	
Toplam	1175	1,8	,76					
İnanca Yönelik Negatif Tutum	Liberal	37	1,5	,63	Levene Statistic	3,80	A	
	Muhafazakar	170	1,4	,39	Sig.	,000	B	
	Milliyetçi	368	1,6	,58	Welch	4,27	C	J
	Sosyalist	105	1,7	,71	Sig.	,000	D	J
	Atatürkçü	253	1,7	,73			E	BJ
	Çevreci	36	1,5	,45			F	
	Demokrat	36	1,7	,99			G	
	Sosyal demokrat	12	1,3	,38			H	
	Ülkücü	16	1,3	,55			I	
	İslamci	69	1,4	,41			J	
	Dindar	19	1,5	,75			K	
Diğer	51	1,7	,66			L		
Toplam	1172	1,6	,62					
Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum	Liberal	37	2,4	,67	Levene Statistic	1,58	A	
	Muhafazakar	174	2,5	,88	Sig.	,098	B	
	Milliyetçi	371	2,6	,87	F	2,21	C	D
	Sosyalist	107	2,3	,74	Sig.	0,012	D	
	Atatürkçü	254	2,4	,83			E	
	Çevreci	36	2,5	,88			F	
	Demokrat	36	2,6	,64			G	
	Sosyal demokrat	12	2,6	,73			H	
	Ülkücü	17	2,2	,87			I	
	İslamci	69	2,4	,74			J	
	Dindar	19	2,9	,73			K	
	Diğer	51	2,3	,85			L	
	Toplam	1183	2,5	,83				

Tablo 5.48. (Devamı)

Boyutlar		n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
Turistlere Yönelik Olumlu Tutum	Liberal	37	4,2	,59	Levene Statistic	2,33	A	JK
	Muhafazakar	173	3,9	,77	Sig.	,008	B	
	Milliyetçi	371	3,9	,79	Welch	5,19	C	
	Sosyalist	105	4,2	,56	Sig.	,000	D	CJK
	Atatürkçü	254	4,1	,71			E	JK
	Çevreci	36	4,1	,63			F	
	Demokrat	36	3,8	,73			G	
	Sosyal demokrat	12	3,8	,54			H	
	Ülkücü	17	4,3	,86			I	
	İslamci	69	3,7	,90			J	
	Dindar	19	3,3	,84			K	
	Diğer	51	4,2	,74			L	K
Toplam	1180	4,0	,76					
Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı	Liberal	37	4,2	,73	Levene Statistic	,94	A	
	Muhafazakar	174	4,2	,78	Sig.	,502	B	
	Milliyetçi	370	4,0	,86	F	2,15	C	
	Sosyalist	107	4,3	,68	Sig.	0,015	D	K
	Atatürkçü	252	4,1	,89			E	
	Çevreci	36	4,2	,87			F	
	Demokrat	36	3,8	,78			G	
	Sosyal demokrat	12	3,9	,85			H	
	Ülkücü	17	4,0	,87			I	
	İslamci	69	4,1	,77			J	
	Dindar	19	3,6	,68			K	
	Diğer	51	4,1	,96			L	
Toplam	1180	4,1	,84					
Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı	Liberal	37	2,1	,99	Levene Statistic	4,77	A	
	Muhafazakar	174	2,1	,87	Sig.	,000	B	
	Milliyetçi	369	2,0	,86	Welch	2,93	C	
	Sosyalist	106	2,2	,97	Sig.	,002	D	
	Atatürkçü	251	2,3	1,07			E	
	Çevreci	36	2,0	,96			F	
	Demokrat	36	2,7	1,17			G	I
	Sosyal demokrat	12	2,8	1,12			H	
	Ülkücü	17	1,7	,75			I	
	İslamci	67	2,0	,84			J	
	Dindar	19	2,5	1,15			K	
	Diğer	50	2,0	,83			L	
Toplam	1174	2,1	,95					
Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri	Liberal	37	2,5	,89	Levene Statistic	2,16	A	
	Muhafazakar	174	2,6	,98	Sig.	,014	B	
	Milliyetçi	369	2,8	,91	Welch	3,06	C	D
	Sosyalist	106	2,4	,90	Sig.	,001	D	
	Atatürkçü	252	2,6	,97			E	
	Çevreci	36	2,6	,94			F	
	Demokrat	36	2,8	,79			G	
	Sosyal demokrat	12	2,8	,80			H	
	Ülkücü	17	2,3	,77			I	
	İslamci	67	2,6	,86			J	
	Dindar	19	3,0	,72			K	
	Diğer	50	2,5	1,03			L	
Toplam	1175	2,7	,94					

Tablo 5.48. (Devamı)

Boyutlar		n	Ortalama	Standart sapma			Sütun	Fark
Turizmin Ekonomik Etkileri	Liberal	37	3,9	,71	Levene Statistic	1,63	A	K
	Muhafazakar	174	3,9	,70	Sig.	,086	B	K
	Milliyetçi	371	3,8	,68	F	4,64	C	
	Sosyalist	107	4,2	,54	Sig.	0,000	D	BCEJK
	Atatürkçü	254	3,9	,71			E	K
	Çevreci	36	4,0	,74			F	K
	Demokrat	36	3,8	,53			G	
	Sosyal demokrat	12	3,7	,57			H	
	Ülkücü	17	3,8	,66			I	
	İslamci	69	3,6	,71			J	
	Dindar	19	3,3	,68			K	
Diğer	51	4,0	,70			L	K	
Toplam	1183	3,9	,69					
Turizmin Diğer etkileri	Liberal	37	3,3	1,23	Levene Statistic	2,15	A	
	Muhafazakar	174	3,5	1,19	Sig.	,015	B	C
	Milliyetçi	369	3,1	1,17	Welch	4,06	C	
	Sosyalist	106	3,7	1,18	Sig.	,000	D	CIJ
	Atatürkçü	252	3,4	1,14			E	
	Çevreci	36	3,2	1,34			F	
	Demokrat	35	3,2	1,07			G	
	Sosyal demokrat	12	3,2	1,10			H	
	Ülkücü	17	2,4	1,36			I	
	İslamci	68	3,1	1,02			J	
	Dindar	19	3,3	,73			K	
Diğer	50	3,6	1,10			L		
Toplam	1175	3,3	1,18					

Not: Örneklem sayısı az olduğundan Feminist ve Kürt Milliyetçisi olanlar “Diğer” şikkına dahil edilmiştir.

Tablo 5.48.’deki analiz sonuçlarına göre:

- Dini İbadet Konusundaki Tutum: Kendisini liberal, muhafazakar, milliyetçi, ülkücü, islamcı, dindar olarak tanımlayanların tutumu; Atatürkçü olarak tanımlayanlardan daha fazladır. Muhafazakar ve islamcı olarak tanımlayanların tutumu; milliyetçi, sosyalist, çevreci, Atatürkçü ve çevreci olarak tanımlayanlarından daha fazladır. İslamcı olarak tanımlayanların tutumu demokrat olarak tanımlayanlarından daha fazladır. Ülkücü olarak tanımlayanların tutumu çevreci olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- Dini İnanç Konusundaki Tutum: Kendisini muhafazakar, çevreci ve ülkücü olarak tanımlayanların tutumu, Atatürkçü ve sosyal demokrat olarak tanımlayanlarından daha fazladır. Kendisini muhafazakar olarak tanımlayanların tutumu, kendisini milliyetçi olarak tanımlayanlarından daha

fazla iken kendisini islamcı olarak tanımlayanların tutumu da kendisini Atatürkçü olarak tanımlayanlarından daha fazladır. Kendisini ülkücü olarak tanımlayanların tutumu, kendisini milliyetçi, sosyalist, demokrat olanlarından daha fazladır.

- Dini İnanç Karşıtı Tutum:Kendisini Atatürkçü olarak tanımlayanların tutumu; kendisini muhafazakar ve İslamcı olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- İncancını Başkalarına Aktarma Tutumu: Kendisini muhafazakar, milliyetçi ve İslamcı olarak tanımlayanların tutumu, kendisini Atatürkçü olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- Dini İnançlara Yönelik Pozitif Genel Tutum: Kendisini milliyetçi, ülkücü ve İslamcı olarak tanımlayanların tutumu, kendisini sosyalist olarak tanımlayanlarından daha fazladır. Kendisini ülkücü olarak tanımlayanların tutumu ayrıca demokrat olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- Seküler Dünya Görüşü:Kendisini milliyetçi, sosyalist, Atatürkçü ve demokrat olarak tanımlayanların tutumu, kendisini ülkücü ve İslamcı olarak tanımlayanların tutumundan daha fazladır. Kendisini Atatürkçü olarak tanımlayanların tutumu ayrıca kendisini muhafazakar olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- İnanca Yönelik Negatif TutumKendisini milliyetçi, sosyalist ve Atatürkçü olarak tanımlayanların tutumu, kendisini İslamcı olarak tanımlayanların tutumundan daha fazladır. Kendisini Atatürkçü olarak tanımlayanların tutumu ayrıca kendisini muhafazakar olarak tanımlayanlarından daha fazldır.
- Turistlere Yönelik Olumsuz Tutum: Kendisini milliyetçi olarak tanımlayanların tutumu, kendisini sosyalist olarak tanımlayanların tutumundan daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Olumlu Tutum:Kendisini liberal, sosyalist ve Atatürkçü olarak tanımlayanların tutumu, kendisini İslamcı ve dindar olarak tanımlayanlarından daha fazladır. Kendisini sosyalist olarak tanımlayanların tutumu ayrıca kendisini milliyetçi olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Ekonomik Bakış Açısı: Kendisini sosyalist olarak tanımlayanların turistlere yönelik ekonomik bakış açısı, kendisini dindar olarak tanımlayanlarından daha fazladır.
- Turistlere Yönelik Suçlayıcı Bakış Açısı:Kendisini demokrat olarak tanımlayanların turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısı, kendisini ülkücü olarak

tanımlayanlarınkinden daha fazladır.

- Turizmin çevresel Olumsuz Etkileri:Kendisini milliyetçi olarak tanımlayanların turizmin çevresel olumsuz etkilediğini, kendisini sosyalist olarak tanımlayanlardan daha fazla benimsemektedir.
- Turizmin Ekonomik Etkileri:Kendisini liberal, muhafazakar, sosyalist, Atatürkçü ve çevreci olarak tanımlayanlar turizmin ekonomik etkileri hakkındaki düşüncelere, kendisini dindar olarak tanımlayanlardan daha fazla katılmaktadır. Kendisini sosyalist olarak tanımlayanlar turizmin ekonomik etkileri hakkındaki düşüncelere, ayrıca kendisini muhafazakar, milliyetçi, Atatürkçü ve İslamcı olarak tanımlayanlardan daha fazla katılmaktadır.
- Turizmin Diğer etkileri: Kendisini muhafazakar olarak tanımlayanlar turizmin diğer etkileri hakkındaki düşüncelere, kendisini milliyetçi olarak tanımlayanlardan daha fazla katılmaktadır. Kendisini sosyalist olarak tanımlayanlar turizmin diğer etkileri hakkındaki düşüncelere, kendisini milliyetçi, ülkücü ve İslamcı olarak tanımlayanlardan daha fazla katılmaktadır.

## BÖLÜM 6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye'nin üç önemli turizm destinasyonu olan ve herbiri farklı turistik ürün kapasitesine sahip Antalya, Trabzon ve Nevşehir illerinde yaşayan yerel halkın dini yönelim ve seküler dünya görüşünün onların turizmin etkilerine yönelik algılamalarına ve turistlere yönelik tutumlarına etkileri değerlendirilmiştir. Nicel araştırma yönteminin izlendiği araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde tanımlayıcı ve keşfe yönelik istatistiksel analizler kullanılmıştır. Araştırmada katılımcıların sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerinin araştırma bulgularında farklılık oluşturup oluşturmadığı ortaya konulmuştur.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların anketteki ifadelerine katılımları dikkate alınarak yapılan faktör analizi sonuçları, dini yönelimlerinin 5 boyutta değerlendirilebileceği, seküler dünya görüşünün 2, turizmin etkilerine yönelik bakış açıları 3 ve turistlere yönelik tutumlarının 3 boyutta anlamlı bir faktör modeli oluşturduğu görülmüştür.

Araştırma konusunun bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik bulgular, katılımcıların ibadet konusundaki tutum ve davranışları arttıkça, turistlere yönelik ekonomik bakış açısının arttığını; turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısının ise azaldığını göstermiştir. Benzer şekilde inanç konusundaki tutumlar arttıkça, turistlere yönelik olumlu tutumun ve ekonomik bakış açısının arttığı, suçlayıcı bakış açısının ise azaldığı tespit edilmiştir. Öte yandan inanç karşıtı tutum arttıkça, turistlere yönelik olumsuz tutum azalmakta olduğu; buna karşın turistlere yönelik suçlayıcı bakış açısının arttığı belirlenmiştir. Bu değerlendirme dini yönelim düzeyinin artmasının turizme ve turistlere yönelik pozitif bakış açılarının oluşması olarak yorumlanabilir. Bu konudaki farklı sonuç, Dini Yönelim düzeyinin artması, turizmin çevresel olumsuz etkilerinin daha fazla algılandığıdır.

Değişkenler arasındaki ilişkiler seküler dünya görüşünün artmasıyla, turistlere yönelik olumsuz tutumların, turistlere yönelik suçlayıcı bakış açılarının ve turizmin çevresel olumsuz etkilerinin arttığını göstermektedir. Aynı şekilde inanca yönelik negatif tutumdaki artışın, turistlere karşı da negatif tutumla doğru orantılı arttığı tespit edilmiştir. Seküler görüşün turizmin ekonomik etkileri ile pozitif şekilde doğru orantılı olduğu da görülmüştür. Bu sonuçlar, sekülerleşme eğilimleri ile turizme (ekonomik etkiler dışında) ve turistlere bakış açısının negatif ilişki içinde olduğunu göstermektedir.

Farklılık analizlerinden elde edilen bulgulara dayanılarak araştırmaya katılan erkekler, kadınlara göre daha fazla inanç karşıtı tutum sergilemektedir. Bu sonuç cinsiyet ve Dini Yönelim ilişkisine yönelik yapılan araştırmaların bulguları (inanç ve ibadet alışkanlıklarını yerine getirme durumlarına göre, erkeklerin kadınlardan önde olduğu yönündeki görüşler (Kımtır, 2008 ve Karaca, 2000) ile örtüşmemektedir. Erkeklerin turistlere yönelik olumsuz tutumu ve turizmin çevresel olumsuz etkisi olduğu görüşünü benimsedikleri söylenebilir. Buna karşın erkekler, turizmin ekonomik etkisine yönelik pozitif algılamaları kadınlardan daha yüksektir. Bu sonuçlar erkeklerin seküler görüşe daha yakın ve turizm sektörü ile daha fazla etkileşim içinde olmalarının göstergesi olarak değerlendirilebilir.

*Yaş grupları* için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçlarına göre ve gruplararası aritmetik ortalamalara göre 25-34 yaş grubunun inançlara yönelik pozitif genel tutumunun, orta ve ileri yaş gruplarına göre (45-54 yaş ve 55-64) daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Acar ve arkadaşlarının (1996) “ahiret inancının yaş ilerledikçe daha baskın hale geldiği” şeklindeki tespitleri düşünüldüğünde bu sonuç insanların işe başladıkları yıllarda inançlara yönelik tutumlarının yüksek olduğunu, yaşlılığın 65 yaş ve üstü olarak değerlendirildiği sonucuna varılabilir. Elde edilen sonuç yazarların çalışmasıyla kısmi olarak örtüştüğü söylenebilir. Seküler dünya görüşü eğilimlerinin 18-24 yaş grubundaki gençlerde diğer yaş gruplarından daha fazla olduğu görülmüştür. Bu durum gençlerin turizm ve turistlerle daha etkileşimde olmalarının bir sonucu olarak yorumlanabilir. Bununla birlikte 18-24 yaş grubundakilerin turistlere yönelik olumsuz tutumu, turizmin çevresel olumsuz etkileri hakkındaki tutumları yüksek seviyede çıkmıştır. Gençler bu iki



konuda diğ er yaş gruplarından farklılaşmaktadır. Genel olarak 55-64 yaş grubundakilerin de turistlere yönelik olumlu tutumu, yüksek çıkmıştır.

Katılımcıların *medeni durumuna* göre yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçlarına ve gruplararası aritmetik ortalamalara göre evli olanların inanç ve ibadetlerdeki tutumu, boşanmış olanlardan daha fazladır. Evli katılımcılar boşanmış olanlardan inanç ve ibadet konusunda daha hassas oldukları söylenebilir. Bununla birlikte Boşanmış kategorisindeki katılımcıların inanç karşıtı tutumlarının daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçla kısmen örtüşen kısmen örtüşmeyen bir diğ er sonuç da evli, bekâr ve boşanmış olanların inancını başkalarına aktarma tutumunun, eşi vefat etmiş olanlardan daha fazla olmasıdır. Bu konuda da evlilik ve dini yönelim arasında pozitif ilişkinin olduğu söylenebilir. Evli ve bekarlar arasında belirgin bir ayrım bulunmamakla birlikte esas farklılık evliler ile boşanmış veya eşi vefat etmiş olanlar arasında görünmektedir. Bu konuda ulaşılan bir diğ er sonuç da boşanmış veya eşi vefat etmiş olan katılımcılarda seküler dünya görüşünün daha fazla hakim olduğudur. Bununla birlikte eşi vefat etmiş katılımcıların turizmin negatif etkileri ve turistlere yönelik suçlayıcı tutumu diğ er kategorilerdeki katılımcılardan daha fazladır. Bu sonuçlar medeni durum ve Dini Yönelim ilişkisini inceleyen ve evliliğin dindarlığı pozitif etkilediği şeklinde bulgulara ulaşan araştırmacıların (Arslan, 2004; Uysal, 1996 ve Koç, 2008 gibi) araştırmaları ile benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların *eğitim durumu* için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçlarına ve gruplararası aritmetik ortalamalara göre, eğitim seviyesinin artmasıyla dini nançlara yönelik pozitif tutum orasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Sekülerleşme ile ilgili bir farklılık tespit edilmemiştir. Eğitim seviyesinin düşmesiyle turistlere yönelik olumsuz tutumların da arttığı söylenebilir. Ancak eğitim seviyesinin yükselmesi, turistlere yönelik ekonomik bakış açısını pozitif etkilediği görülmektedir. Son olarak eğitim seviyesi ile turizmin negatif etkilerini algılama arasında doğrusal ilişkilerin bulunduğu söylenebilir.

Katılımcıların *gelir durumu* için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçlarına ve gruplararası aritmetik ortalamalara göre, gelir düzeyi düştükçe inanç ve ibadetlerdeki tutum artmaktadır. Buna göre Dini Yönelim ve gelir arasında ters bir ilişki sözkonusudur. Doğru yönlü bir ilişki turistlere yönelik tutum açısından ortaya çıkmıştır. Gelir arttıkça

turistlere yönelik pozitif tutumlar da artmaktadır. Geliri düşük olanlar turizmin çevreye olumsuz etkilerininin olduğunu düşünmektedirler. Geliri yüksek olanlar ise turizmin ekonomik etkilerini daha fazla algılamışlardır.

Katılımcıların *yabancılarla etkileşimde bulunma durumu* için yapılan t testinin sonuçlarına ve gruplararası aritmetik ortalamalara göre, dini yönelimle ilgili tek farklılık inancını başkalarına aktarma tutumu konusundadır. Buna göre inancını başkalarına aktarma tutumunda yabancılarla etkileşimde bulunmayanlar, bulunanlardan daha fazla katılım göstermişlerdir. Yabancılarla etkileşimde bulunanların turistlere yönelik tutumu daha negatif iken, aynı zamanda turizmin çevresel olumsuz etkilerininin daha fazla olduğunu düşünmektedirler.

Katılımcıların *turizmle ilgili bir işte çalışma durumları* için yapılan t testinin sonuçlarına ve gruplararası aritmetik ortalamalara göre, turizmle ilgili bir işte çalışmayanların, ibadet konusundaki tutumu, turizmle ilgili bir işte çalışanlardan daha fazladır. Turizmle ilgili bir işte çalışmayanların, inancını başkalarına aktarma tutumu turizmle ilgili bir işte çalışanlardan daha fazladır. Turizmle ilgili bir işte çalışanların, inançlara yönelik pozitif tutumu turizmle ilgili bir işte çalışmayanlardan daha fazladır. Turizmle ilgili bir işte çalışmayanların, turizmin diğer etkileri hakkındaki tutumu turizmle ilgili bir işte çalışanlardan daha fazladır.

Katılımcıların belirli *sosyal kategorilere* göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri sonuçlarına göre, ait oluna sosyal-olumsal kategorinin dini yönelimler üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Bu noktada serbest meslek erbabı olanların diğer sosyal gruplara göre inanç ve ibadetle ilgili ifadelerle daha fazla katılım göstermeleri dikkat çekmektedir. Bununla birlikte serbest meslek erbabının turistlere yönelik olumsuz tutumlarının da daha fazla çıktığı tespit edilmiştir. Bu sonuç sosyal kategori-dini yönelim ve turiste bakış açısı arasındaki ilişkiye çarpıcı bir örnek teşkil etmektedir. Öte yandan seküler dünya görüşü ile ilgili olarak ise yalnızca öğrencilerin daha fazla katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Esnaf, işçi ve ev hanımlarının turizme turistlere yönelik bakış açıları diğer meslek gruplarından daha fazla çıkmıştır.

Katılımcıların *kendilerini tanımlama şekline* göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizlerinin sonuçları, tüm toplumsal sınıflamalara göre tüm boyutlara katılım konusunda farklılıklar tespit edilmiştir.

Katılımcıların ikamet ettikleri illere göre dini yönelim, seküler dünya görüşü, turistlere ve turizmin etkilerine yönelik ifadelerle katılım durumu arasında farklılıkları araştırmak için tek yönlü varyans analizleri sonuçlarına göre, Nevşehir’de ikamet edenlerin inanç ve ibadet konusundaki tutumlarının diğer iki ilden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ancak inançlara yönelik pozitif genel tutumda en yüksek katılım Trabzon ilinden çıkmıştır. Bununla birlikte Antalya ve Trabzon illerinden araştırmaya katılanların seküler dünya görüşüne yönelik ifadelerle katılım düzeyi Nevşehir’den araştırmaya katılanlardan daha yüksek çıkmıştır. Antalya, tursitlere karşı olumlu tutumda önde olduğu, Nevşehir’in turistlere yönelik ekonomik bakış açısında diğer illerden ayrıştığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ışığında turistik yöreye ve icra edilen turizm türüne (kültür turizmi, inanç, turizmi, deniz turizmi vb.) göre turizme ve turistlere bakış açısının değiştiği söylenebilir.

Çalışma sonuçlarının, dini yönelim ve seküler dünya görüşü ile ilgili çalışmalara yeni farklı bir boyut kazandırması, turizmde çalışmak isteyen kişilere bakış açısı sunması ve bu alandaki literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Çalışmanın sonuçlarına dayanılarak dini yönelim ve turizmin etkilerini anlamak, turistlere yönelik tutumları değerlendirmek, turizmde çalışmak ve bir turizm destinasyonunda çalışmanın sekülerleşmeye yol açan etkenleri ortaya koymak bakımından özgün sonuçlar ortaya koyduğu düşünülmektedir. Bu alanda araştırma yapacak araştırmacılara yeni ufuklar sunması, çalışmanın sonuçlarının tartışılması bakımından oldukça yararlı olacaktır.

## **6.1. Öneriler**

Araştırmada elde edilen sonuçlara dayanılarak toplumsal, sektörel ve akademik öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Turizmin dini inanç ve tutumlar üzerindeki negatif etkileri değerlendirildiğinde, bir toplumun dini yönelimlerini korumasının aynı zamanda bulunduğu yöreni turizmi açısından da pozitif etkilerde bulunacağı söylenebilir. Araştırmada elde edilen “dini yönelim arttıkça turistlere karşı suçlayıcı bakış açısının azalması” bunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir.
- Toplumun inanç, ibadet ve kültürel değerlerini koruyarak ekonomik ve sosyo-kültürel kazanç elde etmesi turizmin sürdürülebilir pozitif etkilerini olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir.
- Dini yönelimi yüksek toplumsal kesimlerin turizmin etkilerini pozitif algılaması turizmin sürdürülebilir etkileri bakımından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda hem araştırmaya konu olan turizm destinasyonları hem de diğer destinasyonlarda turizmin kültür, özellikle de dini yapı üzerindeki etkilerini izlemek üzere sistem kurulmalı, bu konuda karşılaştırmalı araştırmalar yapılmalıdır.
- Turizmin çevreye (fiziksel, sosyo-kültürel) olumsuz etkileri ile yerel toplumun turistlere bakış açısı arasındaki ilişkiler farklı araştırma tasarımları ile araştırılmalıdır. Turistlere karşı olumlu-olumsuz tutumlar ile turistlerin yöreye ve yöre insanına olumlu-olumsuz tutumları arasındaki ilişkilere yönelik daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu söylenebilir.
- Eğitim seviyesi ile dini yönelim ve turizmin etkilerine yönelik algılamalar arasında pozitif ilişkilerin olması hem toplumsal hem sektörel hem de akademik araştırmalar için bir bakış açısı sunmaktadır. Turizmin pozitif etkilerini arttırmak isteyen yöreler eğitim seviyesini yükseltmelidirler. Bu konuda eğitim durumu önemli bir değişken konumundadır.
- İlerde yapılacak araştırmalarda farklı araştırma tasarımları ile gençlerde turizmin etkilerinin negatif algılanmasının sebeplerini ortaya çıkarılabilir Turizm sektörünün çalışma koşulları turistlerin sosyo-ekonomik ve kültürel yapıları gibi değişkenler ele alınarak gençlerdeki negatif algılamaların sebepleri ortaya konulabilir.
- Son olarak seküler dünya görüşünün farklı toplumlar ve kültürler çerçevesinde araştırılması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Acar, N. V., Yıldırım, İ. ve Ergene, T. (1996). Bireylerin Dindarlık Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Uluslararası Hakemli Dergi*, 12, 45-56.
- Adamczyk, A. ve Felson, J. (2006). Friends' Religiosity And First Sex, *Social Science Research*, 35(4), 924-947.
- Adivar, A. A. (1969). *Tarih Boyunca İlim ve Din*, İstanbul; Remzi Kitabevi.
- Ağca, H. (2008). *Ailede Eğitim*, Ankara; Diyanet Vakfı Yayınları.
- Ak, B. ve Sevin, H.D. (2000). 'Turist Sağlığı ve Turist Sağlığı İmkânları Açısından Antalya Bölgesinde Bir İnceleme', *Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi*, 5(1), 89-100.
- Akat, Ö. (1997). *Turizm İşletmeciliği*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akdeniz Turistik Otelciler İşletmeciler Birliği (AKTOB) (2014). 2023'e Doğru Türkiye'de Turizmin 100 Yılı, Turizm Sektörünün Yapısı, Büyüklüğü ve Ekonomiye Katkısı, *Turizm ve Konaklama Sektörünün Sosyo-Ekonomik Etkileri*, Antalya.
- Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) (2014). *Turizm Sektörünün Yapısı, Büyüklüğü ve Ekonomiye Katkısı*, Antalya, s. 37-38.

- Akdoğan, A. (2002). *Geleneksel Toplumdan Modern Topluma Geçişte Dinî Hayat*, İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Akova, O. (2006), Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), 1-34.
- Akyüz, H. (1992). *Eğitim Sosyolojisi: Eğitim Sosyolojisinin Temel Kavram ve Alanları Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul; Milli Eğitim Bakanlığı Yay.
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2007, 5 (1), 1-16.
- Alpar, R. (2003). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemlere Giriş 1 (2. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti . Ankara.
- Andriotis, K. (2005). Community Groups' Perceptions of And Preferences For Tourism Development: Evidence from Crete, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29(1), 67 90.
- Argyle, M. ve Beit-Hallahmi, B. (2013), *The Social Psychology of Religion*, 1 edition, London; Routledge.
- Arslan, M. (2004). *Türk Popüler Dindarlığı*, İstanbul; Dem Yayınları.
- Arslan, M. (2015). Kutsal ve Seküler Arasında: Hıdırellez ve Türbe Kültürleri Çevresinde Gelişen Eğlence Kültürü, *Birey ve Toplum*, 5(10), 91-104.
- Arslan, M., 2004. *Türk Popüler Dindarlığı*, İstanbul; DEM Yayınları.

- Attas, S. N. (2003). *İslam, Sekülerizm Ve Geleceğin Felsefesi*, Çeviren: M. E. Kılıç, 3. Baskı, 1 Gorski, P. S. (2015). “*Sekülerleşme Tartışmasını Tarihselleştirme: Bir Araştırma Gündemi.*” *Sekülerleşme Klasik Ve Çağdaş Yaklaşımlar İçinde*, Çev. Mehmet Ali Kirman Ve İhsan Çapçioğlu, Ankara: Otto Yayın, Ss. 119–38.
- Avcıkurt, C. (2015), *Turizm Sosyolojisi, Genel ve Yapısal Yaklaşım*, 4. Baskı, İstanbul; Seçkin yayıncılık.
- Aydın M. S., (2001). Dünyevileşme, *İslamiyat*, 4(3), 13-17.
- Ayverdi, İ. (2008), *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*, İstanbul: Kubbealtı Yayınları.
- Ayverdi, İ. (2008). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*, İstanbul; Kubbealtı Yayınları.
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı, *Yönetim ve Ekonomi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Manisa, 2(13), 137-150.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2006). *Turizm Ekonomisi*, Ankara; Detay Yayıncılık.
- Barber, W.J. (1999). *İktisadi Düşünce Tarihi*, 3. Baskı, İstanbul: Şule Yayınları.
- Barros, C. P. ve Matias, A. (2005). Special issue: Advances in tourism economics. *Tourism Economics*, 11 (4), 479–481.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri*, İstanbul; Beta Yayınları.
- Başol, K. (2002). *Türkiye Ekonomisi*, İstanbul; Türkmen Kitabevi.
- Batur, B. (2015), Sekülerleşme Türkiye’de, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 563-572.

- Bayer, A. (2010), 190 Sekülerleşme Din İlişkisi: Kuramsal Bir Yaklaşım, *KSÜ. İlahiyat Fakültesi Dergisi* 16, 149- 190.
- Bayer, A. (2010). “Sekülerleşme Din İlişkisi: Kuramsal Bir Yaklaşım”, *Ksü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16, Ss. 149-190.
- Bayındır, A. (2007). *Ticaret ve Faiz*, İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları.
- Bayyığıt, M. (2001), *Gençlik ve Din, Üniversite Gençliği Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Ankara.
- Bayyığıt, M. (2001). *Gençlik ve Din, Üniversite Gençliği Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Ankara.
- Bayyığıt, M., (1989). Üniversite Gençliğinin Dinî İnanç, Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma, *Basılmamış Doktora Tezi*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Beauvoir, S., (1993). *Kadın “İkinci Cins” Genç Kızlık Çağı*, İstanbul;Payel Yayınevi.
- Bertan, S. (2010). Pamukkale’deki Yöre Halkının Turizmi Desteklemesi İle Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Arasındaki İlişki, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 2 (4), 83-92.
- Bilgin, A. (2014), “Din, Dindar, Dindarlık: Özeleştiril Bir Değerlendirme”, *Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (2), 75-84.
- Bilgin, B. (1998). *Eğitim Bilimi ve Din Eğitimi*, Ankara: Gün Yayınları.
- Bilgin, V. (2003). Popüler Kültür ve Din, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(1), 193-214.



- Bilgin, V. (2003). Popüler Kültür ve Din, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Bursa, 12(1).
- Bilici, M.V. (2018). “Tüketim Toplumunda Dini Yaşamak: Sekülerleşme Paradigmasını Yeniden Okumak”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2016), Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş Ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya’da Bir Araştırma, *Kastamonu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 12, 325-342.
- Boniface, B., Cooper, R. ve Cooper, C. (2016). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, 7<sup>th</sup> Edition, Routledge: New York.
- Bozkurt, V. (2000). *Püritarizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği*, Bursa;Alesta Yayınları.
- Böke, K. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 4. Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Bruce, S. (2003). “*The Social Process Of Secularization*”, *Richard Fenn (Ed.), The Blackwell Companion To Sociology Of Religion* İçinde, (S. 249-263). Oxford: Blackwell Publishing.
- Bulut, R. (1991). Okulda Din Öğretiminin Toplumsal Temeli ve İşlevleri, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 20-37.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Canatan, K. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Çocuk Algıları ve Cinsiyet Öncelikleri*, *Aile Sosyolojisi*, İstanbul; Açılım Kitap.

- Casanova, J. (2014), Sekülerleşmeyi Yeniden Düşünmek: Evrensel Bir Karşılaştırma (Çev.: Selman Yılmaz) *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi* 3(2), 220-236.
- Cemal, A. M. (1971), *İslam İktisadının Üstünlüğü*, Ankara; Hilal Yayınları.
- Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 19-37.
- Chatters, L. M. (2000). Religion and Health: Public Health Research and Practice, *Annual Review of Public Health*, 21, 335-367.
- Chilembwe, J.M. (2014), Examination Of Socio-Cultural Impacts Of Tourism In Chembe Village In Mangochi District-Malawi, *Internasional Journal of Business Quantitative Economics and Applied Management Research*, 1(1), 61-92.
- Civelek, A. (2010), Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Coomaraswamy, R. (1995). "Geleneksel Ekonomi ve Kurtuluş İlahı" içinde *Kutsalın Peşinde*. (Ed.: S. Hüseyin Nasr, Katerine O'Brrien, (çev.: Süleyman Gündüz)) İstanbul: İnsan Yayınları.
- Cukier, J. ve Wall, G. (1994). Informal Tourism Employment: Vendors in BaU, Indonesia, *Tourism Management*, 15 (6), 32-40.
- Çelik, C. (2002). *Şehirleşme ve Din*, Konya; Çizgi Kitabevi.
- Çelik, C. (2003). Değişkenler ve Boyutlar Bağlamında Türk Halkında Dini Hayatın İncelenmesi", *Bilimname*, S. I, /1, s. 171.

- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel Ve Ekonomik Etkileri, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9 (1), 15-32.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçerisindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (6), 1-18.
- Çizakça, M. (1999). *İslâm Dünyasında ve Batı'da İş Ortaklıkları Tarihi*, (Çeviren:Şehnaz Layikel). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları, Ankara; Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çoştu, Y. (2009), Dine Normatif ve Popüler Yaklaşım, Bir Dini Yönelim Ölçeği Denemesi, *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(15), 119-139.
- Deery, M., Jago, L. ve Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research Agenda, *Tourism Management*, 33, 64-73.
- Demerarrh, N. J. (1976), "Religion and Social Class in America", *Sociology of Religion*, New York.
- Demirbulat, Ö. G. (2012), Turizmin Sosyal Ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması Üzerine Bir Arastırma: Trabzon İli Örneği, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 53-75.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 1989.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 1984.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 2006.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 1978.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 2000.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 1972.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 1995.

DİB, (2014). *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*, Ankara: DİB Yayınları,

Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*, İstanbul; Filiz Kitapevi.

Döndüren, H. (1988). *Çağdaş Ekonomik Problemlere İslami Yaklaşımlar*, İstanbul: İklim Yayınları.

Dönmezer, S. (1984). *Sosyoloji*, Ankara.

Dumlupınar, T. (2010). Anonim Şirketlerde Esas Sermayenin Korunması ve Yönetim Kurulunun Şirket Esas Sermayesinin Azalmasından Doğan Sorumluluğu, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Duran, E. ve Özkul, E. (2012). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Bir Yapısal Model, *International Journal of Human Sciences*, 9(2), 500-520.

Ebu'l-Ala el-Mevdüdi, Kur'ana Güre Dürt Terim, çev. O.Cilacl- 1. Kaya, (1st. 1982), 109-122.

- Eid, R. ve El-Gohary, H. (2015). The Role of Islamic Religiosity on The Relationship Between Perceived Value and Tourist Satisfaction, *Tourism Management*, 46, 477-488.
- Ekinci, İ. (2018). "Sekülerleşme ve Din", *BEÜ SBE Dergisi*, 7(1), 320-337.
- Emiroğlu, K., Danişoğlu, B. ve Berberoğlu, B. (2006), *Ekonomi Sözlüğü*, Ankara, s. 782.
- Erdal M. Ü., (2004). *Makro İktisada Giriş*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Erdoğan M. Sabri, İslam Ekonomisinde Tasarruf ve Ekonomik Gelişme, İstanbul: MÜ? İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1992, s. 24.
- Erikson, H. E. (1984), *İnsanın Sekiz Çağı*, (Çev. T.B.Üstün, V. Şar) Birey ve Toplum Yayınları; Ankara.
- Erkol, M. "Türkiye’de Dini Hayatı Anlamlandırmak: Dindarlık Olgusu ve Dindarlığın Ölçülmesi", *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 17, Sayı 2, 2015.
- Ersoy, H. (2017), Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Ertit, V. (2014). "Teoriler Işığında Avrupa Sekülerleşmesi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (29), 377-387.
- Evans-Pritchard, E. E., (1972). *Theories of Primitive Religion*, Oxford.
- Eyüboğlu, A. (2011). *Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Statü (S.E.S) Grupları*, Milliyet.

- Fang, B., Ye, Q. ve Law, R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry Employment, *Annals of Tourism Research* 57, 234–278.
- Febvre, L. (1995). *Uygarlık Kapitalizm ve Kapitalistler*, (Çev. M. Ali Kılıçbay) Ankara: İmge Kitabevi.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*. London, Thousand Oaks, Sage Publications, New Delhi.
- Garau-Vadell, J.B., Gutierrez-Taño, D. ve Diaz-Armas, R. (2016). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations, *Journal of Destination Marketing & Management*, ss.68-75.
- Gaynor, B. ve Savage, M. (2001). Ordinary, Ambivalent and Defensive: Class Identities in the Northwest of England', *Sociology*, 35(4), 875-892.
- Gazzali, İhya-ı Ulûm-id-din. (Ter. Ali Arslan). (4). İstanbul: Arslan Yayınları, 2004, s. 581.
- Giddens, A. (1973). *The Class Structure of the Advanced Societies*, London.
- Gorsuch, R. L. (1998). Din Psikolojisi, (Çev. A. Kuşat). *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10, 226-248.
- Gu, M. ve Wong, P.P. (2006). Residents' perception of tourism impacts: a case study of homestay operators in Dachangshan Dao, North-East China, *Tourism Geographies* 8 (3), 253–273.
- Günay, T. (2007). *Din*, Ankara; Ankara Üniversitesi Yay.
- Günay, T., ve Küçük, A. (1993). *Dinler Tarihi*, Genişletilmiş İkinci Baskı, Ankara; Ocak Yayınları.

Günay, Ü. (1999), *Erzurum ve Çevre Köylerinde Dini Hayat*, İstanbul; Erzurum Kitaplığı.

Günay, Ü. (2000), *Din Sosyolojisi*, İstanbul; İnsan Yayınları.

Günay, Ü. (2001). *Din Bilimlerinin Teorik ve Metodolojik Sorunları*, İstanbul: Bilimname.

Günay, Ü. (2006). *Dindarlığın Sosyolojisi*, Adana: Karahan Yayınları.

Gürbüz, S. (2002), Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Teknoloji*, 5(1-2), 49-59.

Güriz, A. (1969). *Teorik Açıdan Mülkiyet Sorunu*, Ankara.

Hardy, S.A. ve Raffaelli, M. (2003), “Adolescent Religiosity and Sexuality: An Investigation of Reciprocal Influences,” *Journal of Adolescence* 26.

Hardy, S.A. ve Raffaelli, M. (2003). Adolescent Religiosity and Sexuality: An Investigation of Reciprocal Influences, *Journal of Adolescence* 26, 737.

Heenan, E.F. (1972). Sociology of religion and the aged: The empirical lacunae, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 11(2), 171-176.

Hoffding, H. (1906). *Philosophy of Religion*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

Horozcu, Ü. (2010). Tecrübî Araştırmalar Işığında Dindarlık ve Maneviyat İle Ruhsal ve Bedensel Sağlık Arasındaki İlişki, *İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*.

Howell, C.D. (1992). *Statistical Methods For Psychology*.Third Edition, California: Duxbury Press.

<http://turizm.gov.tr>, Erişim Tarihi: 11.03.2017.

<http://tuyed.org.tr>, Erişim Tarihi: 15.03.2017.

<http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi: 12.03.2017.

<http://www.wttc.org>, Erişim Tarihi: 14.03.2017.

Hülür, H., ve Kalender, A. (2003). *Sosyo-Politik Tutumlar ve Din: Konya Araştırması*. Konya;Çizgi Yayınları.

Issı, Y. (2011), Türkiye Turizminin Yapay ve Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/8464> Erişim Tarihi:15.07.2018.

Işık, C. ve Turan, B. (2018). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algısı: İzmir İli Üzerine Bir Uygulama, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 101-133.

İbn Haldun, (1991), "*Mukaddime*", Çev. Süleyman Uludağ, C. 1, Dergah Yayınları, İstanbul, s. 336.

İbn Manzu', Li.anu'I-Arab, (1318). (Beyrut), XIII /169-171; *Ragħ el-İsfehauı, Miıfred,ıt*, Kahire H. 11/26-27.

İlkay, ř. (2005). *Değışim Sürecindeki Bir Anadolu Kasabasında Kadın Dindarlığı, Boğazlıyan Örneği*, Adana; Karahan Yayınları.

İnam, A. (2004). 'Terör ve Din, *Dini Araştırmalar*, 7(20), 37-46.

İslam A. (1963). "*Din*" maddesi, (İst. İn/590)

Kadanalı, E. ve Yazgan, ř. (2012). Kırsal Turizmin Ekonomik- Sosyal ve Çevresel Etkileri, *KMÜ Sosyal ve EkonomiK Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 97-100.

Kağıtçıbaşı, Ç. 2005). *Yeni İnsan ve İnsanlar*, İstanbul; Evrim Yayınları.



- Kalem, M.Y. ve Deniz, F.Ö. (2018). Turizmin Yerel Halkın Sosyo-Kültürel Yapısına Etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 79-91.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve M. Yıldırım, (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Amprik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(8), 87-112.
- Karaca, F. (2000). *Ölüm Psikolojisi*, İstanbul; Beyan Yayınları.
- Karaca, F. (2001). *Psiko-Sosyal Açından Yabancılaşma ve Dini Hayat*, İstanbul; Bil Yayınları.
- Karagöz, Y. ve Kösterelioğlu, İ. (2008). İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 81-98.
- Karakaya, S. (2008). Dindarlık ve Kişilik Arasındaki İlişki, Allport ve Fromm'un Karşılaştırmalı Analizi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Karakaya, S. (2008). Dindarlık ve Kişilik Arasındaki İlişki, Allport ve Fromm'un Karşılaştırmalı Analizi, T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yüksek Lisans Tezi*, Adana.
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünyada Turizm Sektörünün Yeri, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (25): 15-24.
- Kayıklık, H. (2003). *Orta Yaş ve Yaşlılıkta Dinsel Eğilimler*, Adana: Baki Kitabevi.
- Kerimoğlu, Y. (1985). "Emanet ve Ehliyet", *İslâm İlmihali*. (I-II). İstanbul: Ölçü Yayınları.

Kırmter, N. (2008), Benlik Saygısı ve Dindarlık ilişkisi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Kızılçelik, S. (1992). *Sosyoloji Teorileri 1*, Konya; Mimoza Yayınları.

Kim, W., Jun, H.M., Walker, M. ve Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation, *Tourism Management* 48, 21-32.

Kirman, M. (2005), *Din ve Sekülerleşme*, Adana; Karahan Kitabevi.

Kirman, M. A. (2005), *.Din ve Sekülerleşme: Üniversite Gençliği Üzerinde Sosyolojik Bir Araştırma*, Adana: Karahan Yayınları.

Kirman, M. A. (2005). *Din ve Sekülerleşme*, Adana; Karahan Kitabevi.

Kirman, M. A. (2018), Küreselleşme Sürecinde Sekülerleşme ve Dinin Geleceği, <http://www.ayk.gov.tr>. (Erişim Tarihi:15.07.2018).

Kirman, M. A. ve Özbolat, A. (2017), İslam, Kutsal ve Seküler, *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 19-41.

Kirman, M.A. (2015). “Küreselleşme Sürecinde Sekülerleşme Ve Dinin Geleceği”, <http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads>, Erişim Tarihi:07.12.2018, Ss. 279-296.

Koç, M. (2008), Yetişkinlik Döneminde Dindarlık ile Benlik Kavramı Değişkenleri Arasındaki ilişki, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

- Koç, M. (2008). Yetişkinlik Döneminde Dindarlık İle Benlik Kavramı Değişkenleri Arasındaki İlişki, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koç, M. B. (2011). Dindar Ailelerin Çocuklarına Karşı Cins Arkadaşlık Algısı: Lise Son Sınıf Öğrencisi Gençler Üzerine Bir Araştırma), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Koç, Y. Y. (2001). *Genel Muhasebe İlkeleri Uygulaması*, Tek Düzen Muhasebe Sistemi, Ankara.
- Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*, T.C. Anadolu Üniversitesi YAYINI No: 2472.
- Köktaş, M. E. (1993). *Türkiye'de Dini Hayat, İzmir Örneği*, İstanbul; İşaret Yayınları.
- Köktaş, M. E. (1998). *Din Sosyolojisi*, Ankara Vadi Yay.
- Krippendorf, J. (1994), *The Holiday Makers. Understanding the Impact of Leisure and Travel*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Kula, N. (2001). *Kimlik ve Din: Ergenler Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul; Ayışığı Kitapları.
- Kurt, A. (2008). Sosyolojik Din Tanımları ve Dine Teolojik Bakış Açısı, *T.C. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Üniversitesi Dergisi*, 17 (2), 73-93.
- Kurt, A. (2009). Dindarlığı Etkileyen Faktörler, *T.C. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(2), 1-26.
- Küçük, M. A (2013). Din - Turizm İlişkisi Çerçevesinde Yahudilikte, Hıristiyanlıkta ve İslamiyette Hac Uygulamasına Genel Bakış, *Dini Araştırmalar*, 16 (42), 101-128.

- Küçük, M. A. (2013), "Din - Turizm İlişkisi Çerçevesinde Yahudilikte, Hıristiyanlıkta Ve İslamiyette Hac Uygulamasına Genel Bakış", *Dini Araştırmalar*, 16 (42), 101-128.
- Lewis, J.R., (1994). Patient Views on Quality Care in General Practice :Literature Review. *Social Science And Medicine*, 39(5): 655-670.
- M. Argyle ve B. Hallahmi, (1997).*The Social Psychology of Religion*, London; Routledge.
- Mardin Ş. (1993). *Din ve İdeoloji*, 6. Baskı, İstanbul;İletişim Yayınları.
- McCleary, R. M. (2007), The Economics of Religion and Secularization, *The Review of Faith & International Affairs*, 5(1), 43-47.
- Mcintosh, R. ve S. Gupta, (1980).*Tourism : Principles, Practices, Philosophies*, 3rd. ed., USA; Grid Inc.
- Mehmedoğlu, A. U. (2004). *Kişilik ve Din*, İstanbul; Dem Yayınları.
- Mehmedoğlu, A. U., (2006). "Gençlik, Değerler ve Din" (içinde , Küreselleşme, Ahlak ve Değerler (Edit: Y. Mehmedoğlu, A. U. Mehmedoğlu) İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Mensching, G. G. (1994). *Dinî Sosyoloji*, (Çev: Mehmet Aydın). Konya; Tekin Kitabevi.
- Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP), Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Turizm İşletmeleri, Ankara, 2007, s. 7-11.
- Mutaffin, 83/1-3.
- Mutlu, K. (1989). Bir Dindarlık Ölçeği: Sosyolojide Yöntem Üzerine Bir Tartışma", ODTÜ, Sosyoloji Bölümü, *İslami Araştırmalar*, 3(4), 194-199.

- Müslüman İnsan, Müslüman Toplum, <http://islamekonomisi.org/musluman-insan-musluman-toplum/>, 15.03.2017.
- Nazıroğlu, B. (2005). Din Eğitiminde Aile Vizyonu, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32), 304-305.
- Northcote J. ve Macbeth J. (2005). Limitations of resident perceptions surveys for understanding tourism social impacts: the need for triangulation, *Tourism Recreation Research* 30 (2), 43-54.
- Oktayer, N., Susam, N. ve ak, M. (2007), *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2007-69, İstanbul.
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1989), *Otel İşletmeciliği*, İstanbul; İşletme Fakóltesi Yayın No: 214.
- Onay, A. (2001). Dindarlık Ölçme Çalışmaları: Dindarlık Ölçümünde Üç Farklı Yaklaşım ve Ölçmenin Esasları, *İslami Araştırmalar*, 14 (3-4), 439-449.
- Onay, A., (2004), *Dindarlık, Etkileşim ve Değişim*, İstanbul: Dem Yayınları.
- Ökmen, M. (2003). *Ekonomik Dönüşüm Sürecinde Yönetim Kent ve Kentleşme İlişkileri Üzerine Bir Araştırma, Küresel Sistemde Siyaset Yönetim Ekonomi*, (Derleyen: M. Akif Çukurçayır) Konya: Çizgi Kitabevi.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği, *Marmara Coğrafya Dergisi* 24, 1-25.
- Özdemir, Ş. (2007). Din-Ekonomi İlişkisi ve Güncel Arayışlar, *OMÜ İF.Dergisi*, 23 (23), 153-164.

- Özel, Ç. H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 57-68.
- Özel, M. (1998). *Birey Burjuva Zengin*, İstanbul: Kitabevi.
- Öztürk, A. T. (2010). Turizm Endüstrisi ve İşletmelerinde Paradigma Değişimi ve Sezgisel Kararların Önemi, *I. Disiplinler arası Turizm Araştırmaları Kongresi*, Nevşehir.
- Peter, Berger, *Dinin Sosyal Gerçekliği*, Çev. A. Coşkun, İnsan Yayınları, İstanbul, 1992, s. 58.
- Poria, Y., Butler, R. ve Airey, D. (2003). Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess, *Current Issues in Tourism*, (6(4), 340-363.
- Poroy, R., Tekinalp, Ü. ve Çamoğlu, E. (2010). *Ortaklıklar ve Kooperatif Hukuku*, İstanbul.
- Pramanik, P. D. ve Inkgadijaya, R. (2018). The Impact of Tourism on Village Society and its Environmental, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 145.
- Saler, B. (2000). *Coceptualizing Religion: Immanent Anthropologists, Transcendent Natives, and Unbounded Categories*, New York, Oxford: Berghahn Books.
- Saroglou, V., Delpierre V. ve Dernelle R., (2004), "Values and Religiosity: A-Meta Analysis of Studies Using Schwart's Model", *Personality and Individual Differences*, 37, 721-734.
- Savage, M. A. (2000). New Class Paradigm?, Review Article, *British Journal of Sociology of Education*, 23(4).

- Saymen, F. H. ve Elbir, H. K. (1963). *Türk Eşya Hukuku*, İstanbul; Filiz Kitabevi.
- Schleiermacher, F. (1792). *Dini Küçümseyenler Arasındaki Aydınlarla Din Üstüne Söylevler*.
- Seyyar, A. (1999). *Sosyal Siyaset Açısından Kadın ve Aile Politikaları*, Ankara.
- Sezer, B. (1981), *Toplum Farklılaşmaları ve Din Olayı*, İstanbul; İ. Ü. Edebiyat Fak. Yay.
- Sıddıki, M. N. (1976). *İslâm Ekonomisinin Temelleri*, (Çeviren: Bahar Gürsan). İzmir: Kaynak Yayınları.
- Sönmez Kara, A. (2013). “Sekülerleşme Teorisi Ve David Martin’in Yaklaşımı.” *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Subaşı, N. (2002). Türkiye Dindarlığı, Yeni Tipolojiler, *İslamiyet Dergisi*, 5(4), 17-40.
- Subaşı, N. (2014), *Din Sosyolojisi*, İstanbul: Dem Yayınları.
- Subaşı, N. (2014). *Din Sosyolojisi*, İstanbul; Dem Yayınları.
- Sunar, C. (1963). Din Nedir?, *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10, 65-69.
- Süt A. (2014). İslam Ve Turizm İlişkisi, *Turkish Studies - International Periodical For The Language, Literature And History Of Turkish Or Turkic* 9(11), 479-497.
- Süt, A. (2014). İslam ve Turizm İlişkisi, *Turkish Studies*, 9(11), 479-497.
- Svoboda, J. , Šalgovičová J. and Polakovič, A. (2013). Religion and Tourism in Slovakia, *European Journal of Science and Theology*, 9(6), 125-132.

- Şanlıoğlu, Ö. ve Erdem, A. (2017). Kayseri Örneğinde Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerini Nasıl Algıladığının Tespitine Yönelik Bir Araştırma, *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 277-298.
- Şentürk, F.K. ve Toprak, L.S. (2011). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerinin Din Görevlilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi, *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 30 Kasım-4 Aralık 2011, Akçakoca/Düzce. 324-334.
- Tabakoğlu, A. (1988). *İslâm ve Ekonomik Hayat*, Ankara: DİB Yayınları.
- Taplamacıoğlu, M. (1966). *Mukayeseli Dinler Tarihi*, Ankara; Güneş Yayınevi.
- Tayfun, A ve Kılıçlar, A. (2004). Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli halkın Turiste Bakışı, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- Tech Worm (2019). “Dünyaki Müslüman Sayısı” <https://www.tech-worm.com/dunyaki-musliman-sayisi-2018/> Erişim: 24.04.2019.
- Tekin M. (2012). Batı’da Sekülerlik ve Türkiye Müslümanlığının Seküler İçerimleri, *İnsan ve Toplum*, 2(4), 181-204.
- Tekin, Ö.A. (2013). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye’deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 750-766.
- Teobald, W.F. (2005). The meaning, scope and Measurement of travel and tourism (In: *Global Tourism, Third Edition*, Elsevier Publication: USA), 5-20.
- Tovar, C. ve Lockwood, M. (2008). Social Impacts of Tourism: An Australian Regional Case Study, *International Journal of Tourism Research* (10), ss.365–378, DOI: 10.1002/jtr.667.



- Trinitapoli, J. ve Regrerus, M.D. (2006). Religion and HIV Risk Behaviors Among Married Men: Initial Results from a Study in Rural Sub-Saharan Africa, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 45(4), 509.
- Turizm Ajansı (2019). “Turizm Gelirleri” <https://www.turizmajansi.com/haber/bu-harita-saklanir-ulkelerin-turizm-gelirleri-dunya-haritasinda-h28126>(Erişim Tarihi:12.01.2019).
- Turizm Güncel (2019). “Turizm Gelirleri” <https://www.turizmguncel.com/haber/iste-dunyanin-en-cok-turizm-geliri-elde-eden-ve-en-cok-turist-agirlayan-10-ulkesi-h32560.html> Erişim Tarihi:12.01.2019.
- Turner, B.S. (2015). “Din Ve Çağdaş Sosyolojik Teoriler”, *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Çev. Talip Demir, Cilt: 6 - Sayı: 11, Ss. 201-220İstanbul, İnsan Yayınları.
- Türkdoğan, O. (2005). *İslam Değerler Sistemi ve Max Weber*, İstanbul; IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Türker, G.Ö. ve Türker, A. (2014).Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4 (1), 81-98.
- Uçar, M., Uçar, H., Kurnaz, A. ve Kurnaz, H. A. (2012). Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi ve Fethiye Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (22): 75-82.
- Unur, K. (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 1-17.
- UNWTO, (2017). <http://www2.unwto.org/en>, Erişim Tarihi: 12.03.2017.

Uysal, V. (1996), *Din Psikolojisi Açısından Dini Tutum, Davranış ve Şahsiyet Özellikleri*, İstanbul; Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları.

Uysal, V. (2006). *Türkiye'de Dindarlık ve Kadın*, İstanbul; Dem Yayınları.

Ülgener, S. F. (1981). *Zihniyet ve Din İslâm Çözülme Devri İktisat Ahlâkı*, İstanbul: Der Yayınları.

Ünal, A. ve Yetik, Y. (1990), "Din", *Sosyal Bilimler Ansiklopedisi*, İstanbul: Risale Yayınlar.

Ünal, V. (2013). Geleneksel Geniş Aileden Çekirdek Aileye Geçiş Sürecinde Sorunu ve Din, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (26), 592.

Ünlüönen, K. Ve Şahin, S.Z. (2011). Turizmde İstihdam, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (37), 1-25.

Ünlüönen, K., Tayfun A. ve Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*, 1. Basım, Ankara; Nobel Yayınları.

Varol, F. (2017). "Dinî Piyasalar Teorisi: Eleştirel Bir Değerlendirme", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 58:2, Ss.121-143.

Vergote, A. (1966). *Psychologie Religieuse*, Bruxelles: Charless Dessart, Editeur.

Viren, P.P., Vogt, C.A., Kline, C., Rummel, A.M. ve Tsao, J. (2015). Social Network Participation and Coverage by Tourism Industry Sector, *Journal of Destination Marketing & Management* 4(2), 110-119.

Wach, J. (1987). *Din Sosyolojisine Giriş*, Ankara AÜİF Yay.

Walsh, R., ve Ken, W. (1995). *Transandantal Sosyoloji*, (çev. C. Polat), İstanbul; İnsan Yay.

Weber, M. "Din Sosyolojisi" (çev: M. Ayyıldızoğlu).

Weber, M. (1996), *Sosyoloji Yazıları*, (Çev. T. Parla), İstanbul; İletişim Yay.

Weisel, A ve Zaidman, A. (2003). Attitudes of Secular and Religious Israeli Adolescents Towards Persons with Disabilities: A Multidimensional Analysis, *International Journal of Disability, Development and Education*, 50(3), 309-323.

Werthner, H. ve Klein, S. (1999). *Information Technology and Tourism - A Challenging Relationship*, Wien.

Wilson, T. D. (2008). Economic and Social Impacts of Tourism in Mexico, *Latin American Perspectives*, Issue 160, 35 (3), ss.37-52, DOI: 10.1177/0094582X08315758.

World Tourism Organisation, (WTO), (1980), *Manila Declaration on World Tourism*, Madrid, World Tourism Organisation.

Yağcı, Ö. (2003), *Turizm Ekonomisi*, Ankara;Detay Yayıncılık.

Yaparel, R. (1987). "Yirmili ve Kırklı Yaşlar Arasında Dini Hayat İle Psiko-Sosyal Uyum Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yapıcı, A. (2003). Orta Yaş ve Yaşlılıkta Dinsel Eğitimler, *Ç. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3(2), 342.

Yapıcı, A. (2007). *Ruh Sağlığı ve Din, Psiko-Sosyal Uyum ve Dindarlık*, Adana; Karahan Yayınları.

Yarcan, Ş. (1994). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*, İstanbul; Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Yavuzer, H. (2007), *Çocuk ve Suç*, İstanbul.

- Yenişehirlioğlu, E. (2018). Turizmin Sosyo-Kültürel Çevreye etkilerinin Yönetilmesi, (İçinde: *Turizmde Politka ve Stratejiler*, Edit: O. Batman, O. Türkay ve Ş. Ulama) İstanbul: Değişim Yayınları.
- Yıldız M., (2001). Dindarlığın Tanımı ve Boyutları Üzerine Psikolojik Bir Çalışma, *Tabula-Rasa*, 1(1).
- Yıldız, M. (2006). *Ölüm Kaygısı ve Dindarlık*, İzmir: İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları.
- Yıldız, M. ve Çapar, B. (2010). Ortaöğretim Öğrencilerinde Benlik Saygısı ve Dindarlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(1), 107-108.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Yapısı ve İstihdam Üzerindeki Etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 69.
- Yılmaz, L. ve Güler, M. E. (2017). Türkiye’de Muhafazakâr Değerler Bağlamında Turizm ve Tatil Algısındaki Değişme, *International Journal of Contemporary Tourism Research* 1, 17-25.
- Zaim, S. (1994). *Ekonomik Hayatta Müslüman İnsanın Tutum ve Davranışları, İş Hayatında İslâm İnsanı*, İstanbul: Müsiad Yayınları.
- Zamani-Farahani, H. ve Musa, G. (2012). The Relationship between Islamic Religiosity and Residents’ Perceptions of Socio-Cultural Impacts of Tourism in Iran: Case Studies of Sare’in and Masooleh, *Tourism Management*, 33, 802 814.
- Zengin B. ve Ömeroğlu, T. (2017). *İslam’da Tüketim İlkeleri*, <http://islamekonomisi.org/islamda-tuketim-ilkeleri/>, Erişim Tarihi: 05.03.2017.
- Zuckerman, P. (2006). *Din Sosyolojisine Giriş*, (çev. İhsan Çapçioğlu-Halil Aydınalp), Ankara; Birleşik Kitabevi.

## EKLER

### Ek A: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

#### DİNİ YÖNELİM VE DÜNYA GÖRÜŞÜNÜN YEREL HALKIN TURİZM FAALİYETLERİNE VE TURİSTLERE YÖNELİK TUTUMLARINA ETKİSİ

**Değerli Katılımcı,** ilginize sunulan bu anket formu, önemli turizm merkezleri olan Nevşehir, Trabzon ve Antalya’da yaşayan sizlerin dini yönelim ve dünya görüşünüzün, turizm faaliyetlerine ve turistlere yönelik tutumlarınız üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Ankete vereceğiniz yanıtlar sadece bilimsel bir çalışmada kullanılacak ve genel sonuçlar talep etmeniz durumunda sizinle paylaşılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplar, bilimsel çalışmanın kalitesini arttıracaktır. İlginiz için teşekkür ederiz.

**Prof. Dr. Said KINGİR / Öğr. Gör. Eyüp AKTÜRK**

**A) Aşağıda belirtilen ifadeler Dini Yönelimler Ve Dünya Görüşü ile ilgilidir.** Lütfen aşağıdaki ifadelere 1- Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Orta Derecede Katılıyorum. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirerek katılım düzeyinizi belirtiniz.

	İFADELER	Katılma Derecesi				
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta derecede katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Allah’ın, söylediğimiz ve yaptığımız her şeyi bildiğine inanırım.	1	2	3	4	5
2	Hata işlediğim zaman Allah’tan af dilerim	1	2	3	4	5
3	Melek gibi gözle görülmeyen varlıklara inanmam	1	2	3	4	5
4	Kur’an’da anlatılanların hepsinin doğru ve her çağda geçerli olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
5	Allah’ın varlığına inanırım	1	2	3	4	5
6	Kişinin dini uğruna birtakım güçlüklerle katlanmasını anlamsız bulurum(-)	1	2	3	4	5
7	Kandil gecelerini diğer günlerden biraz daha farklı olarak (ibadet ederek, Mevlit, Kur’an dinleyerek) dini ağırlıklı geçiririm.	1	2	3	4	5
8	Düzenli olarak beş vakit namaz kılarım.	1	2	3	4	5
9	Yanlış dini tutum ve davranışlarımı düzeltmeye çalışırım	1	2	3	4	5
10	Nafile (farz olmayan) ibadetler yaparım	1	2	3	4	5
11	Kadere, hayır ve şerrin Allah’tan olduğuna inanırım	1	2	3	4	5
12	Ramazan ayı boyunca oruç tutarım	1	2	3	4	5
13	Dini kuralları sıkıcı bulurum (-)	1	2	3	4	5
14	Ölümden sonra Ahiret hayatına (Cennet ve Cehenneme) inanırım	1	2	3	4	5
15	Kur’an’da çağımıza hitap etmeyen bazı hükümlerin olduğunu düşünürüm (-)	1	2	3	4	5
16	Maddi durumum elverirse hacca gitmek isterim	1	2	3	4	5
17	Dini inancın gerekli olmadığını düşünürüm	1	2	3	4	5
18	İnancıma göre hareket etmediğim zaman, içimde bir huzursuzluk duyarım	1	2	3	4	5
19	İçki içmek ve kumar oynamanın dinen yasak olduğuna inanırım	1	2	3	4	5
20	Bazı mübarek günlerde oruç tutarım	1	2	3	4	5
21	Dini kuralları yerine getirme zorunluluğu hissederim	1	2	3	4	5
22	Dini kuralların, günlük yaşama hiçbir katkısının olmadığına inanırım(-)	1	2	3	4	5
23	Dini değerlere saygı gösteririm	1	2	3	4	5
24	Allah kıyamet günü bana da merhamet eder diye umarım	1	2	3	4	5
		Katılma Derecesi				
25	Hz. Muhammed’in Allah’ın elçisi (peygamberi) olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
26	İslam dininin hayatıma bir gaye ve anlam kazandırdığını düşünüyorum	1	2	3	4	5
27	Dini tutum ve davranışlarımda tutarlı ve dengeli olmaya çalışırım.(	1	2	3	4	5

28	DİNİMİ başkalarına da anlatmaya çalışırım	1	2	3	4	5
29	Dua ederim.	1	2	3	4	5
30	İnsanları iyiliğe yönlendirip, onları kötülükten uzaklaştırmaya çalışırım	1	2	3	4	5
31	Aslında ben bütün dinlere karşıyım.	1	2	3	4	5
32	Yüce bir varlığa inanırım fakat hiç bir dini kabul etmem.	1	2	3	4	5
33	İslam'ın temel değerlerine ve düşüncelerine inanmam.	1	2	3	4	5
34	Benim için dini konulardan ziyade dünyevi konular daha önemlidir.	1	2	3	4	5
35	Tanrıyla ilgili konular bilinemez.	1	2	3	4	5
36	Yaşamda en iyisi dini konulardan bu konulardan uzak durmaktır.	1	2	3	4	5
37	Galiba zamanla ailemde görüp öğrendiğim inanç veya dünya görüşünden uzaklaştım.	1	2	3	4	5
38	Eski inançlarımdan veya dünya görüşümden gittikçe koptum	1	2	3	4	5
39	Zamanla önceki inanç/dünya görüşümden ayrılıp kendime göre yenilerini geliştirdim	1	2	3	4	5

**B) Lütfen aşağıda belirtilen ifadeleri TURİSTLERE YÖNELİK TUTUMLARINIZI dikkate alarak 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Orta Derecede Katılıyorum, 4-Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirerek değerlendiriniz.**

İFADELER		Katılma Derecesi				
1	Bölgemizde turizmin gelişmesinden memnunuz.	1	2	3	4	5
2	Yabancı turistlerin gelmesini hoş karşılarım.	1	2	3	4	5
3	Yabancı turistlerle karşılaşmak beni memnun eder.	1	2	3	4	5
4	Yabancı turistlerle tanışmak benim için önemli bir deneyimdir.	1	2	3	4	5
5	Turistlerle samimi ilişkilere girmekten kaçınmam.	1	2	3	4	5
6	Turistlerle tanışmak benim için çok önemli değildir.	1	2	3	4	5
7	Dünyanın birçok yerinden gelen turistlerle bir arada olmak, mükemmel bir deneyim.					

**Lütfen aşağıda belirtilen ifadeler Turizm FAALİYETLERİNİN ETKİLERİNE YÖNELİK DÜŞÜNCELERİNİZİ dikkate alarak 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Orta Derecede Katılıyorum, 4-Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arasında derecelendirerek değerlendiriniz.**

İFADELER	Katılma Derecesi					
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta derecede katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
1	Turizm sayesinde, İlimiz daha fazla yatırım ve para çekmektedir.	1	2	3	4	5
2	İlimizde turistlerin fazla para harcamaları sayesinde yaşam standartlarımız hızlı bir şekilde yükselmektedir.	1	2	3	4	5
3	Turistler bölgemize ticari katkı yapmaktadırlar.	1	2	3	4	5
4	Turistler bölgemiz için önemli bir gelir kaynağıdır.	1	2	3	4	5
5	İlimizde turizm sadece küçük gruplara fayda sağlamaktadır	1	2	3	4	5
6	İlimizde turizm, yerlilerden ziyade yabancılara iş imkânı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
7	Turizm, yerel halka boş zamanlarını değerlendirebileceği (yüzme havuzu, tenis kortları) olanaklar sunmaktadır.	1	2	3	4	5
8	İlimizde turizmin gelişmesiyle birlikte birçok ürün ve hizmetlerin fiyatı artmaktadır.	1	2	3	4	5
9	İlimizde turistlerin yüksek harcama yapması, hayatımızda istenmeyen bir etki oluşturmaktadır.	1	2	3	4	5
10	Turizm, ilimizin geleneksel kültüründe değişmelere neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
11	Bölgemiz turizmin gelişmesi nedeniyle kültürel ve gelenek-görenekler açısından ciddi bir yozlaşma yaşamaktadır.	1	2	3	4	5
12	Turizm kültürel yapıyı bozmaktadır.	1	2	3	4	5
13	Yerel kültürümüz kaybolmaktadır.	1	2	3	4	5
14	Yerel toplum turistlere özenmektedir.	1	2	3	4	5
15	Turizmin gelişmesi, toplumda kötü alışkanlıkları yaygınlaştırmaktadır.	1	2	3	4	5
16	Aile bağlarımız zayıflamaktadır	1	2	3	4	5
17	İlimiz turizm bölgesi olmasından dolayı, yerel halk düşük bir yaşam kalitesine sahiptir.	1	2	3	4	5
18	Turizm, İlimizin tarihi mekânların restorasyonu ve doğal kaynakların korunmasına imkân sunmaktadır.	1	2	3	4	5
19	İlimizde, turizm sayesinde yollar ve diğer kamu alanlarının standartları yüksek	1	2	3	4	5

	tutulmaktadır.					
20	Turizm, İlimizde trafik yoğunluğu, gürültü ve kirliliğe neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
21	Turizm, ilimizde sahillerin, parkların, piknik alanlarının rahatsız edici bir şekilde kalabalıklaşmasına neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
22	İlimizde otel ve diğer turistik yapıların inşa edilmesi doğal çevrenin bozulmasına neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
23	Bölgemizde meydana gelen suç oranlarının artmasında turistlerin önemli etkisi vardır.	1	2	3	4	5

## DEMOGRAFİK BİLGİLER

Lütfen aşağıda belirtilen başlıklarda size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

### 1. CİNSİYETİNİZ:

- 1) Kadın  2) Erkek

### 2. YAŞINIZ:.....

### 3. MEDENÎ DURUMUNUZ

- 1) Evli  2) Bekar  3) Eşi vefat etmiş  4) Boşanmış

### 4. MESLEĞİNİZ

- 1) Esnaf  3) Memur  5) Diğer (lütfen belirtiniz)  
 2) İşçi  4) Serbest Meslek .....

### 5. ÖĞRENİM DURUMUNUZ

- 1) Okur-yazar değil  4) Önlisans/ Yüksekokul/ Fakülte  
 2) İlköğretim (İlk okul ve ortaokul)  5) Lisansüstü  
 3) Lise

### 6. GELİR DURUMUZ (AYLIK)

- 1) 0-1500TL Arası  3) 3001-4500TL Arası  
 2) 1501-3000TL Arası  4) 4500 TL ve üzeri

### 7. YABANCI TURİSTLERLE HERHANGİ BİR ETKİLEŞİM İÇİNDE BULUNDUNUZ MU?

- 1) Evet  2) Hayır

### 8. KAÇ YILDIR BU ŞEHİRDE İKAMET ETMEKTESİNİZ?

- 1) 1-5 Yıl  2) 6-10 Yıl  3) 11 Yıl ve üzeri

### 9. TURİZMLE İLGİLİ BİR İŞTE ÇALIŞTINIZ MI?

- 1) Evet  2) Hayır

### 10. KENDİNİZİ NASIL TANIMLARSINIZ? (ÇOKLU CEVAP)

1. LİBERAL  8. DEMOKRAT  
 2. MUHAFAZAKAR  9. SOSYAL DEMOKRAT  
 3. MİLLİYETÇİ  10. ÜLKÜCÜ  
 4. SOSYALİST  11. İSLAMCI  
 5. ATATÜRKÇÜ  12. DİNDAR  
 6. ÇEVRECI  13. KÜRT MİLLİYETÇİSİ  
 7. FEMİNİST  14. DİĞER (YAZINIZ.....)

DENEK BİLGİLERİ	
İKAMET ADRESİ	İL
	İLÇE
	MAHALLE
DENEK ADI SOYADI	
TEL.	CEP TEL
TARİH:	
ANKETÖR ADI SOYADI	
ANKETÖR İMZASI	

## ÖZGEÇMİŞ

Eyüp AKTÜRK, 12.12.1979 tarihinde Ardahan’da doğdu. İlk ve orta öğretimini (1986-1994) İstanbul, Ayazağa ilköğretim okulunda, Lise öğretimini (1994-1998) Mehmet İhsan Mermerci, Anadolu Turizm ve Otelcilik Meslek Lisesinde, Lisans eğitimini (1999-2003) Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda, Yüksek Lisans eğitimini (2010-2012) Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünde ve Doktora eğitimini de (2013-2019) Sakarya üniversitesi; Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünde tamamlamıştır.

Sektörel tecrübe olarak çeşitli otel ve restoranlarda eleman, orta kademe yönetici ve proje sorumluluklarında bulunmuştur. 2010 yılı Eylül ayından beri Düzce Üniversitesi, Akçakoca Meslek Yüksek okulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünde öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır.

Evli ve 3(üç) çocuk babasıdır. İyi derecede İngilizce, orta derecede Arapça bilmektedir. Turizm Sosyolojisi, Yiyecek İçecek Yönetimi, Turizm Pazarlaması alanlarına ilgi duymaktadır.