



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA TURİSTLERİN
KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK GELİŞİMLERİNİN
DAVRANIŞ NİYETİNE ETKİSİ: GELİBOLU ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

EZGİ CAN UŞAK

Tez Danışmanı

DR. ÖĞR. ÜYESİ NEŞE KAFA

Çanakkale - 2021



**T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA TURİSTLERİN KÜLTÜRLERARASI
DUYARLILIK GELİŞİMLERİNİN DAVRANIŞ NİYETİNE ETKİSİ: GELİBOLU
ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Hazırlayan
Ezgi Can UŞAK**

**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi
Neşe KAFA**

Çanakkale- 2021

TAAHHÜTNAME

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum "Hüzün Turizmi Kapsamında Turistlerin Kültürlerarası Duyarlılık Gelişimlerinin Davranış Niyetine Etkisi: Gelibolu Örneği" adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını, özgünlüğünü ve bir başka mecraya sunulmadığını, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu ve yararlandığım kaynak ve verilerde hiçbir bir çarpıtma yapmadığımı belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

15./01/2021

Ezgi Can UŞAK



Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü'ne



Ezgi Can Uşak 'a ait Hüzün Turizmi Kapsamında Turistlerin Kültürlerarası Duyarlılık Gelişimlerinin Davranış Niyetine Etkisi: Gelibolu Örneği adlı çalışma, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

Üyeler

İmza

Prof. Dr.
Ad SOYAD

Doç. Dr.
Ad SOYAD
(Danışman)

Doç. Dr.
Ad SOYAD

Doç. Dr.
Ad SOYAD

Dr. Öğr. Üyesi
Ad SOYAD

Tez No :

Tez Savunma Tarihi :

O N A Y

Unvan Adı Soyadı
Enstitü Müdürü

.../...

ÖZET

HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA TURİSTLERİN KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK GELİŞİMLERİNİN DAVRANIŞ NİYETİNE ETKİSİ: GELİBOLU ÖRNEĞİ

Kültürlerarası iletişimin yoğun olarak yaşanması turizmin özelliklerinden biridir. Birçok destinasyonda yerli ve yabancı turist bir araya gelip sözlü veya sözsüz iletişim kurabilmektedirler. Yabancı turistlere karşı önyargılar veya geçmiş deneyimlere dayanan inanç ve düşünceler iletişimi etkileyebilmektedir. Bu noktada yerli turistin yabancı turiste karşı düşmanca veya hoşgörülü davranması kültürlerarası iletişimi etkilemektedir. Dolayısıyla iletişime yansıyan nefret ya da hoşgörü tavsiye niyetine ve tekrar ziyaret niyetine etki etmektedir. Literatüre bakıldığında hüzün turizmiyle kültürlerarası duyarlılık gelişimini ölçen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Yerli literatüre bakıldığında ise hüzün turizmi ile kültürlerarası duyarlılık gelişimini etnosentrizm ve etnorelativizm bağlamında ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte turist-yerli halk çalışmaları literatürde çok yoğun olarak yer almasına rağmen turist-turist etkileşimine çok nadir rastlanmıştır olması da bu tezin önemini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda bu tezin amacı Çanakkale- Gelibolu hüzün turizmine katılan yerli turistlerin orada karşılaştıkları yabancı turistlere karşı tutumlarını Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli çerçevesinde ölçmek ve bu gelişimin davranış niyetine etkisini ortaya çıkarmaktır. Veriler anket yöntemiyle toplanmış ve evren olarak Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na giden yerli turistler uygun görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların çoğunluğunun etnorelativizme eğilimli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanısıra etnosentrizmin ve tekrar ziyaret niyeti ile arasında anlamlı bir fark varken tavsiye niyeti ile arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Etnorelativizm ile tavsiye niyeti ve tekrar ziyaret niyeti arasında ise anlamlı bir fark bulunmuştur. Çalışmanın sonunda araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültürlerarası Gelişim, Davranış Niyeti, Hüzün Turizmi.

ABSTRACT

THE EFFECT OF INTERCULTURAL SENSITIVITY DEVELOPMENT OF TOURISTS IN THE SCOPE OF DARK TOURISM ON BEHAVIORAL INTENTION: THE CASE OF GALLİPOLİ

Intense intercultural communication is one of the characteristics of tourism. In many destinations, local and foreign tourists can come together and communicate verbally or non-verbally. Prejudices against foreign tourists or beliefs and opinions based on past experiences can affect communication. At this point, hostility or tolerance of local tourists towards foreign tourists affects intercultural communication. Hence, hatred or tolerance reflected in communication affects the intention of advice and repeat visits. There are a limited number of studies in the literature that measure the intercultural development of dark tourism. When we look at the local literature, there is no study that measures the intercultural development of dark tourism in the context of ethnocentrism and ethnorelativism. However, the fact that tourist-local people studies are very common in the literature, the rare occurrence of tourist-tourist interaction also constitutes the importance of this thesis. In this direction, the purpose of this thesis is to measure the attitudes of local tourists participating in Çanakkale-Gallipoli dark tourism towards foreign tourists they encounter there within the framework of Bennett's intercultural development model and to reveal the effect of this development on behavioral intention. The data were collected by a questionnaire method and the local tourists going to Gelibolu Historical National Park were deemed appropriate as a sample. As a result of the analysis, it was concluded that the majority of the participants were prone to ethnorelativism. Besides, while there is a significant difference between ethnocentrism and the intention to visit again, there is no significant difference between it and the recommendation behavior. A significant difference was found between ethnorelativism and recommendation behavior and repeat visit intention. At the end of the study, suggestions were presented to the researchers.

Key Words: Intercultural Development, Behavioral Intention, Dark Tourism.

ÖNSÖZ

“Hüzün Turizmi Kapsamında Turistlerin Kültürlerarası Duyarlılık Gelişimlerinin Davranış Niyetine Etkisi: Gelibolu Örneği” adlı bu tez çalışmasında Çanakkale’ de bulunan Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’nı ziyaret etmiş olan katılımcıların başka kültürlerle karşı nasıl bir tutum sergiledikleri, kültürlerarası duyarlılık kapsamında incelenmeye çalışılmıştır.

Bu tez süresince benden bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen ve bu süreçte manevi desteğini hep hissettiğim danışman hocam Dr. Neşe KAFA’ ya ve turizm ile ilgili bilgi birikimimi borçlu olduğum bütün bölüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Maddi ve manevi desteğini hep arkamda hissettiğim, bana olan sevgisini ve inancını hiçbir zaman kaybetmeyen en büyük destekçim ve en değerli varlığım annem Fatma KÜPELİ’ ye sonsuz teşekkür ederim.

Son olarak tez süresince benden desteğini esirgemeyen Oğuzhan ALTUNTAŞ’ a teşekkürü bir borç bilirim.

Ezgi Can UŞAK

Çanakkale, 2021

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR.....	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ÖZEL İLGI TURİZMİ VE HÜZÜN TURİZMİ

1.1. Özel İlgi Turizmi.....	6
1.1.1. Özel İlgi Turizminin Tanımı ve Özellikleri.....	6
1.1.2. Özel İlgi Turizminin Sınıflandırılması	8
1.2. Hüzün Turizmi.....	9
1.2.1. Hüzün Turizmi Motivasyonları.....	12
1.2.2. Hüzün Turizmi Çeşitleri.....	13
1.2.2.1. <i>Felaket Turizmi</i>	14
1.2.2.2. <i>Soykırım Turizmi</i>	14
1.2.2.3. <i>Trajedi Turizmi</i>	15
1.2.2.4. <i>Savaş Alanları Turizmi</i>	15
1.2.3. Hüzün Turizminin Ortaya Çıkmasına Etki Eden Faktörler.....	16
1.2.3.1. <i>Post-Modernizm</i>	17
1.2.3.2. <i>Medya</i>	19
1.2.4. Hüzün Turizmi Destinasyonları	19
1.2.4.1. <i>Dünya'dan Hüzün Turizmi Destinasyonları</i>	19
1.2.4.2. <i>Türkiye'den Hüzün Turizmi Destinasyonları</i>	21
1.2.5. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı	23
1.2.6. Hüzün Turizmi ile İlgili Yapılan Çalışmalar	25

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK

2.1. Kültür.....	28
2.1.1. Kültürü Oluşturan Unsurlar	29
2.1.2. Kültürün Çeşitleri.....	31

2.2. Kültürlerarası İletişim	32
2.3. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	35
2.4. Kültürlerarası Duyarlılık	38
2.4.1. Chen ve Starosta Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği.....	39
2.4.2. Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli (DMIS).....	41
2.5. Kültürlerarası Duyarlılık ile İlgili Yapılmış Olan Çalışmalar	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DAVRANIŞ NİYETİ

3.1. Davranış Niyeti	45
3.1.1. Tekrar Ziyaret Niyeti	46
3.1.2. Tavsiye Niyeti.....	47
3.2. Davranış Niyeti İle İlgili Yapılan Çalışmalar	48

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA TURİSTLERİN KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK GELİŞİMLERİNİN DAVRANIŞ NİYETİNE ETKİSİ: GELİBOLU ÖRNEĞİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	51
4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	52
4.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	52
4.4. Araştırma Modeli ve Hipotezleri	52
4.5. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması.....	54
4.6. Araştırmanın Bulguları.....	55
4.6.1. Frekans Analizi Sonuçları.....	55
4.6.2. Güvenilirlik ve Normallik Analizi	57
4.6.3. KMO ve Barlet Testi ve Faktör Analizi	58
4.6.4. Hipotezlerin Test Edilmesi.....	63
4.6.4.1. Kültürlerarası Duyarlılığın Alt Faktörleri ve Davranış Niyeti Alt Faktörlerinin Test Edilmesi.....	63
4.6.4.2. Kültürlerarası Duyarlılığın Alt Faktörleri ile Sosyo-Demografik Değişkenlerin Test Edilmesi.....	65
4.6.4.3. Kültürlerarası Duyarlılık ve Davranış Niyetinin Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkına Gitme Sıklığı Değişkeninin Test Edilmesi.....	68
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	71
KAYNAKÇA	77
EKLER.....	99
EK-1: KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK GELİŞİMİ ÖLÇEĞİ.....	99

EK-2: DAVRANIŞ NİYETİ ÖLÇEĞİ	101
ÖZGEÇMİŞ.....	102



KISALTMALAR

Böl.	: Bölüm
Çev.	: Çeviren
D.	: Dergi(si)
Der.	: Derleyen
Ed.	: Editör(ler)
Gzt.	: Gazete(si)
No.	: Numara
Nu.	: Number
p.	: Page
s.	: Sayfa
Vol.	: Volume
IS	: Intercultural Sensitivity
ICC	: Intercultural Communication Competence

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa
Tablo 1.1.	Literatürde Çalışılan Hüzün Turizminin Farklı İsimleri.....	10
Tablo 2.1.	Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Tanımları	35
Tablo 4.1.	Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları.....	55
Tablo 4.2.	Kültürlerarası Duyarlılık ve Davranış Niyeti Ölçeklerinin Güvenilirlik Analizi	57
Tablo 4.3.	Ölçeklerin KMO ve Barlet Testleri Sonuçları.....	58
Tablo 4.4.	Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeğinin Faktör Yükleri	58
Tablo 4.5.	Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeğinin Aritmetik Ortalamaları ve Standart Sapmaları	61
Tablo 4.6.	Davranış Niyeti Ölçeğinin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapması	63
Tablo 4.9	Etnosentrizm ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu	64
Tablo 4.10.	Etnosentrizm ve Tavsiye Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu ...	64
Tablo 4.11.	Etnorelativizm ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu.....	64
Tablo 4.12.	Etnorelativizm ve Tavsiye Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu .	65
Tablo 4.13	Etnosentrizm ve Sosyo-demografik değişkenler arasındaki T-Testi Sonuçları	65
Tablo 4.14.	Etnosentrizm ve Sosyo-demografik değişkenler arasındaki Anova Testi Sonuçları.....	66
Tablo 4.15	Etnorelativizm ve Sosyo-demografik değişkenler arasındaki T-Testi Sonuçları.....	67
Tablo 4.16	Etnorelativizm ve Sosyo-demografik Değişkenler Arasındaki Anova Testi Sonuçları.....	67
Tablo 4.17.	Etnosentrizm ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na Gitme Sıklığı Arasındaki Anova Testi Sonuçları.....	68
Tablo 4.18.	Etnorelativizm ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na Gitme Sıklığı Arasındaki Anova Testi Sonuçları.....	68
Tablo 4.19.	Davranış Niyeti İle Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na Gitme Sıklığı Arasındaki Anova Testi Sonuçları.....	69
Tablo 4.20.	Çalışmanın Hipotezleri ve Kabul Durumları	69

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa
Şekil 1.1.	Savaş Turizminin Dağılım Alanları	16
Şekil 1.2.	Modernizm ve Postmodernizmin Karşılaştırılması	18
Şekil 1.3.	Başkomutanlık Tarihi Milli Parkının Bölgeye Göre Dağılımı.	22
Şekil 1.4.	Çanakkale Şehitlik ve Anıtlar Gezi Haritası.....	24
Şekil 2.1.	Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Aşamaları	41
Şekil 3.1.	Satın Alma Sonrası Tüketici Davranışı.....	46



GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insan, tarih boyunca bir gruba dâhil olma ihtiyacı içerisinde olmuştur. Bu gruplara bazen kendi iradesi dışında katılmıştır. Cinsiyet, ulus, etnik grup buna örnek olarak gösterilebilir. Bazı gruplar ise kısmen özgür bir şekilde seçilen gruplardır. Siyasi görüşler, meslek tercihi gibi gruplar bu sınıfa dâhil edilebilir (Torun, 2015: 4). Bu gruplar insanların öz-saygılarını artırarak “biz” olma ihtiyaçlarını karşılarlar. Böylece iç grubu ve dış grubu diğer bir anlatımla “ben ve öteki” ayrımını oluştururlar. Bu ayrım kültürlerarası iletişimin de temelini oluştururlar. Ben kimim, Öteki kimdir, gibi sorular bu grupların varlığıyla var olabilirler.

Türk Dil Kurumu’na (2020) göre *ben* “insanı öbür varlıklardan ayıran bilinç” ve “bir kimsenin kişiliğini oluşturan temel öge, ego” olarak tanımlanmaktadır. *Öteki* ise “sözü edilen veya benzer iki nesneden önem ve konum bakımından uzakta olan” ve “mevcut kültürün içinde dışlanmış” olarak tanımlanmaktadır. Kişinin mensup olduğu cinsiyet, yaş, dini inanç, siyasi görüş, etnik köken, ulus ve diğer birçok grup *ben*’i oluşturur. *Öteki* ise *ben*’den olmayandır, yabancıdır ve bilinmeyendir (Sağlam ve Yaşar, 2017: 139). Frankenberg *öteki*’yi “başka ülkede doğmuş olan, sonradan gelen, devlette yabancı, vatansız, konuk, ait olmayan mülteci ya da turist” olarak tanımlamaktadır (Frankenberg’den aktaran Onur, 2003, 257). *Öteki*, dışarıda kalan olduğu için korkulan ve kuşku duyulandır. Bunun için *öteki*’ye karşı önlem almak ve bilinmeyenden sakınmak gerekmektedir (Özsüer, 2012: 272). Ancak *öteki* kimdir ve bu *öteki* sınıfına kimler dâhildir, dost mudur, düşman mıdır? *Öteki*’nin bu belirsizliği çeşitli alanlarda birçok araştırmacıyı kendine çekmiştir (Onur, 2003: 257). Bu araştırmacılardan biri Julia Kristeva’dır. Araştırmacı, *öteki*’yi bizim içimizdeki bir şey olarak açıklamaya çalışmaktadır. Kristeva’ya göre “yabancı olan bizim içimizde yaşar ve her birimizde oluşan farklılık bilinci, yabancıyı yani *öteki*” yi ortaya çıkarır. Herkes kendini “*öteki* olarak değerlendirirse *ötekilik* ortadan kaybolur.” Burada anlatılmak istenen şey *öteki*’nin, *ben*’in içinde olduğudur. *Öteki*, *ben*’in algıladığı “*öteki*” algısından meydana gelir. Herkes kendini *öteki* gibi düşünürse *öteki*, yabancı olmaktan çıkar (Özsüer, 2012: 272). Ancak sosyolog Bauman Zygmunt daha farklı bir açıklama getirerek insanları dost, düşman ve yabancı olmak üzere üçe ayırmıştır. Ne bir dost, ne de bir düşman olan yabancı – düşman olarak görülme eğilimi fazla olsa da- insanların hayatında büyük bir belirsizliktir ve dolayısıyla karmaşa ve tehlike getirmektedir. Bu nedenle Bauman yabancıyı şu şekilde tanımlamaktadır (Aktaran Onur, 2003:259);

Hiçbir şey olmadıklarından her şey olabilirler. Zıtlıkların düzenleyici gücüne bir son verirler. Zıtlıklar bilgilenmeyi ve eylemi olanaklı kılarken, kararsızlığı ve çaresizliği temel alırlar. Zıtlıklar son derece kesin ayırım çizgilerinin anlamsızlığını çarpıcı biçimde ortaya koyarlar. Dışsal olanı içselin içine alarak düzenin rahatlığını kaosu şüphesizliğiyle zehirlerler. Yabancı tam da bunu yapar (Akt. Onur, 2003: 259).

Ancak “ben” in olabilmesi için öteki olmak zorundadır. Çünkü ben ve öteki birbirlerini var ederler. Ben kendini “ötek” nin penceresinden tanımlar ve böylece hem “ben”i hem de “öteki” yi biçimlendirir. Bu konuda Kirel (2010: 325) “ötekinin ve ötekileştirmenin yaşanmadığı bir dünyanın varlığına inanmak yalnızca bir yanılgıdır” demiştir. Ben ve öteki her zaman var olmuştur ve olmaya da devam etmektedir (Kirel 2010’dan aktaran Torun, 2015: 7).

Ben ve öteki ilişkisinde çoğu zaman güç dengesi yoktur ve ben tarafından öteki düşmanca tutum ve davranışlara maruz kalmaktadır. Önyargı ve ayrımcılık, en çok görülen tutum ve davranışları oluşturmaktadır. İnsan, tarih boyunca karşı cinse, yaşlılara ya da gençlere, cinsel tercihi farklı olanlara, bir engeli olan insanlara, başka din, ırk ve milletten olan insanlara ve kendisinin dâhil olmadığı birçok gruba karşı önyargılı yaklaşmaktadır. “öteki”nin dehumanize edilmesi, önyargının ne kadar üst boyutlara ulaşabileceğini göstermektedir. Dehumanize etmek, “ben”in “öteki”yi aşağı görmesi anlamını taşımaktadır.

Herhangi bir grup için bu kadar önyargılı ve olumsuz düşünmek, beraberinde nefret ve düşmanlığı getirmektedir. Önyargının davranışlara yansımış hali olan ayrımcılık ise; “herhangi bir kamu yararı ya da mantıklı bir gerekçe söz konusu olmaksızın, bir kişiye, benzer durum ve koşullardaki diğer kişilerden farklı ve eşit olmayan bir muamele yapılması” anlamını taşımaktadır (Hogg ve Vaughan, 2014: 358). Tarih, ayrımcılığın yaşandığı birçok örnekle doludur ve günümüzde de geçmişteki kadar açık seçik olmasada devam etmektedir. Tarih boyunca birçok insan sadece “öteki” olduğu için ciddi ayrımcılığa maruz kalmıştır (Çelenk, 2010: 211).

Önyargı ve ayrımcılık, çok geniş bir yelpazede herkese yapılabilir. Herkes, bazı zaman ve durumlarda önyargının ve ayrımcılığın açık hedefi haline gelebilmektedir. Ancak tarih boyunca önyargının ve ayrımcılığın açık hedefleri bulunmaktadır. Irkçılık bu çalışmanın konusu ile yakından bağlantılı olan bir ayrımcılığı içermektedir. Ben ve öteki bağlamında ırkçılık, literatürde en çok açıklanmaya çalışılan konular arasındadır. Çünkü tarihte ırkçılık; cinsiyetçilik, yaşçılık vb. diğer ayrımcılık türlerine oranla çok daha geniş kitlelere uygulanmış ve günümüzde bazı yerlerde hala uygulanmaya devam etmektedir.

Ancak modern bir toplumda belli bir ırka veya millete karşı olan düşmanlık açık seçik bir şekilde gösterilememektedir. Bu hem yasalarca uygun karşılanmamakta hem de toplumsal olarak uygun görülmemektedir. Ancak bu, ırkçılığın tamamen yok olduğu anlamına gelmemekle birlikte bu duyguyu dizginleyecek bir değişme yaşandığı söylenebilir. Bu ırkçılığa “kaçınmacı ırkçılık” denilmektedir. Bu yeni ırkçılığa göre insanlar, modern eşitlikçi değerleri ile başka bir ırktan kişiye karşı olan antipatileri arasında sıkışıp kalmışlardır. Bu nedenle bir insanın, diğer ırklara karşı antipatisini göstermesi, modern değerleri tarafından diğer ırklara karşı olan eşitlikçi duyguları ise antipatileri tarafından etkilenmektedir. Böylece insanlar, ne rahatça itiraf edebilecek kadar ırkçı ne de bütün antipatilerini unutacak kadar eşitlikçi olamadıkları için ırkçılıktan kaçınma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu ihtiyacı ise ırkçılık hakkında konuşmaktan kaçınarak veya diğer ırktan veya milletten insanlarla yaşamaktan kaçınarak yapmaya çalışmaktadırlar (Hogg ve Vaughan, 2014: 368). Ancak günümüzde bu çok kolay bir hedef değildir.

Küreselleşme, birbirlerinin tam zıttı olan ırkları, milletleri, kültürleri kısacası “ben” ve “öteki”yi bir arada yaşamaya mecbur bırakmaktadır. Küreselleşme; “yerkürenin farklı bölgelerinde yaşayan insan, toplumlar ve devletlerarasındaki iletişim ve etkileşim derecesinin “karşılıklı bağımlılık” kavramı çerçevesinde giderek artması” olarak tanımlanabilir (Bayar, 2008: 25). Tanımdan da anlaşılacağı üzere küreselleşme ile birlikte dünya giderek birbirine bağımlı hale gelmekte ve bununla birlikte kültürlerarası ilişkiler artış göstermektedir. Küreselleşme tek boyutlu bir kavram değildir. Küreselleşmenin, ekonomik, siyasi, teknolojik ve iletişimsel, çevresel ve demografik ve kültürel boyutları bulunmaktadır. Ben ve öteki, küreselleşme ile birlikte birbirlerine daha bağımlı ve daha yakın bir şekilde varlıklarını sürdürmeye başlamışlardır. Birbirine yabancı iki farklı kültür, ortak zevkler gibi ortak paydalar oluşturabilmektedir. Ancak bu durumun tam tersi de mümkündür. İki yabancı kültürün bir araya gelmesi, diğer bir deyişle ben ve “öteki”nin bir araya gelmesi farklılığı, ayrılığı ve çelişen değerleri de tetikleyebilir (Bayar, 2008: 30). Bu nedenle küreselleşmenin boyutları içerisinde kültürel boyut bu tez çalışması için önemli bir yere sahiptir.

“Ben”in, “öteki” ye karşı olan tutum ve davranışları tarih boyunca değişiklik göstermiştir. Bu değişimi özellikle modern ile postmodern dönemleri karşılaştırarak daha net anlayabiliriz. Modern dönem, “ben” ve “öteki”nin en net sınırlarla ayrıldığı dönemlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönemde farklı kültürler dışlanmış, kötü görülmüş ve ayrımcılığa uğramıştır. Bunun nedeni insanların farklı olanı ve çeşitliliği kötü olarak

yorumlaması olmuştur. Ancak postmodern dönemde farklılık ve çeşitlilik, istenen bir durum olarak karşılanmaktadır ve farklılıklara hoşgörüyle yaklaşılmaktadır. Bu nedenle toplum içerisindeki dezavantajlı gruplar ve farklı kültüre sahip olan insanlar arasındaki önyargı ve ayrımcılık tam olarak bitmese de azalma göstermiştir (Torun, 2015: 5). Bu hoşgörü, milli duyguların çok yoğun yaşandığı yerler için de geçerli midir? Postmodern dönemin, herkes eşittir ve kimse kimseden üstün değildir felsefesi, tarihteki en büyük mücadelelerinden birine şahit olmuş Çanakkale/ Gelibolu için de aynı eminlik ve istikrarla savunulabilir mi?

Bu çalışmada anlaşılmaya çalışılan konu kültürlerarası iletişimin de temelinde bulunan ben ve ötekinin, karşılaştıkları yerlerde “ben”nin “öteki”ye karşı kültürlerarası duyarlılığının hangi seviyede olduğudur. Diğer bir anlatımla Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’na gelmiş olan yerli turistlerin, yabancı turistlere karşı tutumlarını Bennet’in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli çerçevesinde anlamak ve bu tutumun tavsiye ve tekrar ziyaret niyetine etkisini anlamak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Ancak yerli turistler, yabancı turistlere karşı sadece dostluk veya düşmanlık gibi uç noktada tutumlara sahip olmayabilirler. Bu nedenle kültürlerarası duyarlılığı aşama aşama açıklamaya çalışan bir model olan Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli tercih edilmiştir. Bu modelde etnosentrizm ve etnorelativizm olmak üzere iki boyut bulunmaktadır. Etnosentrizm aşaması inkâr, savunma, indirgeme; etnorelativizm aşaması ise kabullenme, adaptasyon ve bütünleşme alt boyutlarından oluşmaktadır. Çalışma için toplamda 419 katılımcıya ulaşılmış ancak eksik bilgi verilmesi, katılımcının Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’na gitmemiş olması gibi nedenlerle 389 katılımcının cevapları geçerli sayılmış ve analize tabî tutulmuştur.

Bu çalışma, hüzün turizmini Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli çerçevesinde açıklayan nadir çalışmalardan biri olması açısından önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra literatürde farklı kültürlerin etkileşimine odaklanan nadir çalışmalardan biri olma özelliğine de sahiptir.

Çalışmanın birinci bölümünde özel ilgi turizmi ve hüzün turizmi ile ilgili temel kavramlara genel bir şekilde değinilmiştir. Hüzün turizmi destinasyonları ile ilgili kısa açıklamalar sunulmuştur. Çalışmanın ikinci bölümünde kültürlerarası iletişim ve kültürlerarası duyarlılık ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Kültürlerarası iletişim yeterliliği, duyarlılığın oluşma süreci ve kültürlerarası duyarlılık modelleri açıklanmıştır. Üçüncü bölümde turistlerin davranış niyetleri genel hatlarıyla açıklanmış; tekrar ziyaret niyeti ve

tavsiye niyeti kavramları açıklanmıştır. Son bölüm olan dördüncü bölümde ise hüzün turizmi kapsamında yerli turistlerin kültürlerarası duyarlılıklarının davranış niyetine etkisini belirlemeye yönelik veriler SPSS 16 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında sonuç ve önerilerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

ÖZEL İLGI TURİZMİ VE HÜZÜN TURİZMİ

1.1.Özel İlgı Turizmi

Modern öncesi dönemde sadece üst sınıfın tekelinde olan turizm faaliyetleri, sanayi devrimi ile birlikte üst sınıfın faydalandığı bir lüks olmaktan çıkıp orta sınıfın da istifade edebildiği bir ihtiyaç haline almıştır. Orta sınıf güçlenmiş, insan ve çalışan haklarında meydana gelen gelişmeler sonucunda sınıflar arası farklar azalma göstermiştir. Ulaşım imkânları, ucuz ulaşım araçlarının ortaya çıkması ve kitle iletişim teknolojisindeki gelişmeler ile birlikte orta sınıf seyahat edebilir ve tatil yapabilir hale gelmiştir. Dinlenmeye olan ihtiyaç ve eşitlik ilkeleri ile birlikte kitlesel turizm ön plana çıkmıştır (Kozak vd., 2013: 9). Bir süre herkese standart ve ucuz ürün anlayışı ile devam eden kitle turizmi, II. Dünya Savaşı ile birlikte değişim göstermiştir (Kılıç ve Öter 2015).

Teknolojik imkânlardaki gelişmeler, kitlesel iletişim araçları ile birlikte oluşan görülmemiş yerlere seyahat etme isteği (Arslaner ve Erol, 2017: 423),turistlerin alternatif araması, yoğun olan destinasyonlardan kaçıp bireysel tatil yapma isteği, oluşan çevresel bozulma, turistlerin çevresel bozulma ve sosyo-kültürel bozulma gibi problemlerin bilincinde olması (Robinson ve Novelli, 2005) gibi sebepler insanların standart ürünler yerine ilgi temelli, daha spesifik ürünlere yönelmesine sebep olmuştur (Ali-Knight, 2010). Bu ise kitle turizminin etkisinin azalmasını ve özel ilgi turizminin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

1.1.1. Özel İlgı Turizminin Tanımı ve Özellikleri

Niş turizm olarak da adlandırılan özel ilgi turizmini birçok araştırmacı tanımlamaya çalışmıştır. Dünya Turizm Örgütü özel ilgi turizmini, “belirli bir temaya sahip olan turistik merkezleri ziyaret etmek ve ilgilerini geliştirmek amacıyla güden kişilerin, bireysel ya da grup halinde katıldıkları uzmanlaşmış bir turizm türü” olarak tanımlamaktadır (Hall ve Weiler 1992’den aktaran Akıncı ve Kasalak, 2016: 166). Bir diğer tanımlama ise Ali-Knight yapmaktadır. Ali- Knight’e (2010) göre özel ilgi turizmi, özel bir turizm türünün belli bir grubun ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde düzenlenmesidir. Başka bir tanıma göre ise özel ilgi turizmi “ kesin belirlenmiş ilgilerini geliştirmek isteyen kişiler tarafından grup veya

kişisel olarak yapılan turları içeren, tek bir konu üzerinde yoğunlaşan ihtisaslaşmış turizm şekli” olarak tanımlanmıştır (Türksoy ve Özkan Yürük 2008: 256). Özel ilgi turizmine yönelik yapılan başka bir tanıma göre ise; “özel ilgi turizmi belirli bir alanda ve konuda yoğunlaşan ve yalnızca bu konuya ilişkin ilgilerini gerçekleştirmek, merak duygularını tatmin etmek isteyen bireylerin belirli bir bölge ya da destinasyonda ilgi duydukları konu ve/veya alan ile ilgili faaliyet göstermek amacıyla yaptıkları seyahatler ya da bu seyahatlerin biçimi” olarak ifade edilmektedir (Albayrak, 2013: 44). Özel ilgi turizmi ile ilgili yapılmış tanımlara bakıldığında, özel deneyim isteyen turiste özel ürün sunmanın özel ilgi turizminin en önemli unsuru olduğu görülmektedir.

Özel ilgi turizminin tam olarak anlaşılabilmesi için niş pazarlama ile kitlesel pazarlamaya değinmek gerekmektedir. Kitlesel pazarlamada yüksek üretim miktarı esas ilkelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, turizmde standart ürün ile herkese ulaşma amacını getirmektedir. Ancak niş pazarlamada yüksek kâr önemlidir. Bu da turizmde küçük gruplara özel ürünler pazarlanması anlamına gelmektedir. Kitle pazarlamasında tüm pazar, hedef kitlesini oluşturduğundan kitle turizminde deniz-kum-güneş turizmi ile tüm turistlere ulaşmak amaçlanmaktadır. Ancak niş pazarlamada hedef, küçük gruplardır ve özel gruplara özel ürünler oluşturulur (Kılıç ve Öter, 2015). Bu da ürün çeşitlendirmesine gidilmesi anlamını taşımaktadır. Özel ilgi turizminde de durum aynıdır. Turizmde de turistik ürün çeşitlendirmesine gidilmiş ve belli gruplara özel, ilgi odaklı turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır.

Yukarıda da değinildiği gibi özel ilgi turizmi birçok özelliği ile kitle turizminden ayrılmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanmaktadır (Kılıç ve Öter, 2015; Akıncı ve Kasalak, 2016; Tırıl ve Aydemir, 2018):

- Küçük ölçekli bir turizmdir.
- Taşıma kapasitesi planlaması önemli bir yer tuttuğu için kültürel, sosyal ve çevresel kaynakların korunması önemlidir.
- Sürdürülebilirlik en önemli amaçlarından biridir.
- Yerel halk önceliklidir.
- Gelir, ulusal boyutunun yanı sıra bölgesel ve yerel olarak adil bir şekilde dağılım gösterir.
- Müşterinin sayısından çok özellikleri ve gelir düzeyi önemli bir yer tutar.
- Doğaya saygılı ve bu yüzden sürdürülebilir bir turizm türüdür.

- İşletmeler ve müşteriler birbirleri ile doğrudan iletişim kurarlar.
- Yerel ve özgün olanı korur.
- Yıl içinde yoğun bir sezon olmaz ve tüm yıla yayılım gösterir.
- Yerel halk çalışan değil karar merciidir.
- İstihdamın yıl boyu devam etmesini, yoğunluğun az olmasını ve bu sayede çalışanın ve çevrenin korunmasını sağlar.
- Turistler açısından bakıldığında özel ilgi turizmi küçük grupları hedefler.
- Özel ilgi turisti, tek başına veya kendisiyle aynı ilgiye sahip küçük gruplarla birlikte turizm hareketine katılır.
- Özel ürün talep ederler.
- Turist aktif bir davranış gösterir ve talepleri doğrultusunda hareket eder.

Bu gibi özellikler, özel ilgiye odaklı turizmin önemini de ortaya koymaktadır.

1.1.2. Özel İlgi Turizminin Sınıflandırılması

Özel ilgi turizmi ve alternatif turizm karmaşası; neyin ne olduğu, hangi turizm çeşidinin hangi grupta yer alması gerektiği gibi birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Özel ilgi turizmi çeşitliliğinin çok fazla olması da birçok sınıflandırmanın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu sınıflandırmalardan biri Robinson ve Novelli'nin (2005) yaptığı sınıflandırmadır. Robinson ve Novelli, özel ilgi turizmini makro nişler ve mikro nişler olarak ikiye ayırmıştır. Makro nişler; kültürel, çevresel, kırsal, kentsel ve diğer olmak üzere beş grupta toplanmıştır. Kültürel grupta yer alan mikro nişlere, miras, inanç, eğitim; çevresel grupta yer alan mikro nişlere ekoturizm, macera, dağcılık; kırsal grupta yer alan mikro nişlere çiftlik, spor, festival; kentsel grupta yer alan mikro nişlere iş, sergi, sanat ve son olarak diğer grupta yer alan mikro nişlere de fotoğraf, hüzün, gençlik mikro nişleri örnek gösterilebilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ise, 1990'da yaptığı sınıflandırmada coğrafi konumu esas almıştır. Turizm Bakanlığı'na göre özel ilgi turizmi, kent içinde, kırsal alanda ve doğal yerlerde yapılmak üzere üç grupta toplanmıştır (Alili, 2018: 24). Kozak ve Bahçe (2009) ise, özel ilgi turizmini dört grupta incelemiştir. Bunlar; doğaya dayalı türler, kültüre dayalı türler, eğitime dayalı türler ve son olarak bir hobiyeye dayalı türlerdir. Kozak ve Bahçe, özel ilgi turizminin motivasyonlara göre farklı sınıflandırılabileceği görüşündedir. Örneğin, doğaya dayalı bir tür olan köy turizmi, eğer motive edici unsur kültürü öğrenmek ise kültüre dayalı bir tür olarak düşünülebilir. Aynı şekilde yat turizmi hobiyeye dayalı türlerin içinde de yer alabilir, doğaya dayalı türler içinde de kendine yer bulabilir.

Kozak ve Bahçe (2009)'nin sınıflandırdığı özel ilgi turizmi türlerinden bu tez çalışması için en önemlisi, kültüre dayalı türlerdir. Kültür ve turizm arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Kültür, hem turizm talebi oluşturan hem de turizmden etkilenen bir unsurdur. Kültür, ait olduğu toplumu yansıtır. O toplumda var olur ve gelişir. Başka yerlerde yaratılması mümkün değildir. Bu nedenle bir turist'in motivasyonu kültürleri tanımak, o kültüre ait unsurları görmek ise turist, o kültürün bulunduğu yere seyahat etmek zorundadır. Bu ise kültüre dayalı türlerin oluşmasını desteklemektedir (Kozak ve Bahçe, 2009: 143). Kültüre dayalı turizm; uygarlıkların, tarihi unsurların ve yerel halkın kültürünün öğrenilmesi motivasyonuna dayanan turizm faaliyetleri olarak tanımlanabilir (Alili, 2018: 28). Kültüre dayalı türler 4 temel unsura bağlıdır. Bunlar; turizm, tecrübeli ürün tüketimi, kültürel miras varlıklarının kullanımı ve turist olarak sıralanabilir. Yapılan çalışmalarda insanları seyahate motive eden unsurların başında kültür olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle kültüre dayalı türlerin öneminin ve bu türlere talebin giderek arttığı söylenebilir. Kültüre dayalı turizm türleri; etnik turizm, festival turizmi, ipek yolu turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi, üçüncü yaş turizmi ve kültürel miras turizmi olarak sıralanabilir (Kozak ve Bahçe, 2009: 150).

Ceylan vd. (2019) yaptıkları çalışmada yerli literatürdeki özel ilgi turizmi türleri ile ilgili yapılan çalışmaların sayısını araştırmıştır. Bu araştırmaya göre akarsu turizmi çalışmalarının sayısı 1, botanik turizmi sayısı 4, dağ ve kış sporları turizmi sayısı 15, kuş gözlemciliği turizmi sayısı 2, yayla turizmi 6, sağlık turizmi sayısı 49, hava sporları turizmi sayısı ise 1 olarak belirlenmiştir. Yaptıkları çalışmaya göre kongre turizmi çalışma sayısı 19 ve gençlik turizmi çalışma sayısı ise 3 olarak belirlenmiştir. Ayrıca yazarlar, alışveriş turizmi çalışma sayısını 1, av turizmi 1, mağara turizmi 4, macera turizmi 4, yat turizmi çalışma sayısını ise 0 olarak bulmuştur. Seks ve kumar turizmleri Türkiye'de çok çalışılmamıştır. Bunda kültürün etkisiyle oluşan muhtemel sosyal baskının etkisi olduğu söylenebilir. Kültüre dayalı türlere baktığımızda ise yerli literatürde kültürel miras turizmi sayısı 6, etnik turizm sayısı 1, hüznün turizmi sayısı ise 20 olarak belirlenmiştir. Kültüre dayalı turizmde hüznün turizmi çalışmaları çok daha fazla ilgi duyulan ve çalışılan bir tür olarak göze çarpmaktadır.

1.2.Hüznün Turizmi

Ölüm, insanlar için çoğu zaman merak uyandıran bir olgudur. Çok uzun zamanlardan beri insanlar; afet, acı, şiddet ve ölümlle ilgili olaylara ilgi duymakta ve bu olayların yaşandığı yerleri ziyaret etmek istemektedirler (Lennon, 2017). Bu nedenle bu yerlere

yapılan ziyaretler yeni değil, aksine tarihi oldukça eski zamanlara dayanan bir eylemdir (Niemela, 2010). Roma gladyatör oyunlarını, Ortaçağ kamu idamlarını, İsa'nın çarmıha gerildiği yeri görmek için yapılan seyahatler, bu amaçla yapılan ilk seyahatler olarak görülmektedir (Stone ve Sharpley, 2008). 18. ve 19. yüzyıllarda bu yerlere olan ilgi artmıştır (Seaton, 1996). Amerikan İç Savaşı'ndaki ilk savaş alanı Manassas, çok kısa bir süre içinde potansiyel bir turistik alan olarak ilgi çekmiş (Lennon ve Foley, 2000) ve Waterloo muharebesi alanı da bir süre sonra turistlerin dikkatini çekmeye başlamıştır (Seaton, 1999). Hüzün turizmi (Dark tourism), yukarıda da anlatıldığı gibi çok eski zamanlardan beri var olmasına rağmen akademik olarak bu terim ilk defa 1996 yılında John Lennon ve Malcom Foley tarafından kullanılmıştır (Niemela, 2010). Hüzün turizmi, eylem olarak çok eskiye dayanmasının yanında terim olarak henüz çok yeni bir kavramdır. Bu nedenle Stone (2005) bu turizm türü için yeni dünyada eski bir kavram ifadesini kullanmaktadır.

Hüzün turizmine olan yoğun ilgi (Fermaki, 2013) birçok çalışmayı da beraberinde getirmiştir. Örneğin Stone ve Sharpley (2008) "Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective" adlı çalışmasında hüzün turizminin arzına çok fazla odaklanıldığını belirtmiş, hüzün turizmi talebi potansiyelini araştırmış ve bir model önerisinde bulunmuştur. Öte yandan Graham vd. (2001) "Slavery, Contested Heritage, and Thanatourism" adlı çalışmasında hüzün turizmi bağlamında kölelik ve turizm ilişkisini incelemiş ve sekiz makaleden oluşan bir kitap oluşturmuştur. Ancak bu çalışmalar, terime akademik bir kimlik kazandırmasının yanında ciddi bir kafa karışıklığına da sebep olmuştur. Hüzün turizmi teriminin tanımı ve hatta terimin kendisi ile ilgili birçok görüş ortaya atılmıştır. Bu turizm türünün özellikleri belirlenmiş ve birçok tipoloji oluşturulmuştur. Bu da hüzün turizmi kavramını kesinlikten uzaklaştırmıştır (Buissink ve Croy, 2005: 212). Kavram, günümüze kadar grief tourism (hüzün turizmi), disaster tourism (afet turizmi), black spot (kara nokta), thanatourism, morbid tourism (ölüm turizmi), war tourism (savaş turizmi), atrocity tourism (vahşet turizmi) gibi geniş bir yelpazede çalışılmıştır. Tablo 1.1.'de literatürde çalışılan hüzün turizminin farklı isimleri ve bu isimlerle literatürde bulunan bazı çalışmalar yer almaktadır.

Tablo 1.1. Literatürde Çalışılan Hüzün Turizminin Farklı İsimleri

Kavram	Yapılan Çalışmalar
Dark Tourism (Hüzün turizmi)	Foley ve Lenon (1996); Tarlow (2005); Stone (2006); Stone (2013); Wilson (2008); Hartmann (2014); Sharpley (2005); Cohen (2011); Walter (2009); Light (2017); White ve Flew (2013); Lennon ve Foley (1999); Farmaki vd.

	(2013); Stone (2009); Buissink ve Croy (2005); Ryan ve Kohli (2006); Dale ve Robinson (2011); Alili (2017); Çelik (2017); Güncü ve Güneş (2017).
Battlefield Tourism (Savaş alanları turizmi)	Ryan (2007); Dunkley vd. (2011); Seaton (2000); Holguin (2005); Winter (2011); Zhang (2010); Lee (2016); Kuo vd. (2016); Mckay (2013); Miles (2012); Moeller (2007); Miles (2014); Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu (2007); Ilgar (2015); Çatir (2017); Akbulut ve Ekin (2018); Atay ve Yeşilbağ (2010)
Disaster Tourism (Afet turizmi)	Wright ve Sharpley (2018); Lewis (2007); Cioccio ve Michael (2007); Hoving vd. (2010); Miller (2008);Kelman ve Dodds (2009); Robbie (2008); Tucker vd. (2017); Godbey (2006)
Thanatourism	Seaton (1999); Dann ve Seaton (2001); Seaton (1996); Slade(2003); Seaton ve Lennon (2004); Light (2017); Dunkley (2007); Hartmann(2014)
Grief Tourism (Hüzün turizmi)	Lewis (2008); Whittall(2012); Kılıç ve Akyurt (2011).
Atrocity Tourism (Vahşet turizmi)	Isaac (2016); Podoshen ve Hunt (2011)
Morbid Tourism (Ölüm turizmi)	Blom (2000); Blom (2007); Coughlin (2014); Silva (2018);

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Foley ve Lenon'a göre hüzün turizmi (dark tourism) yakın veya uzak geçmişte yaşanmış trajik olayların turizm için kullanılmasıdır (Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu, 2007: 217). Bir başka tanımda Seaton (1999), hüzün turizmini ölümle karşılaşma arzusu tarafından karakterize edilen bir turizm türü olarak tanımlamaktadır. Bunun yanısıra Tarlow (2005: 48) ise hüzün turizmini trajedilerin veya tarihsel olarak kayda değer ölümlerin yaşandığı ve hayatlarımızı etkilemeye devam eden yerlere yapılan ziyaretler olarak tanımlamaktadır. Bu tanımların yanında hüzün turizmi ile ilgili birçok model önerilmiştir. Miles, modelinde hüzün turizmini koyu ve daha koyu (dark, darker) olarak ayırmıştır. Miles, bu sınıflandırmada destinasyonun talep yoğunluğunu ve insanlar üzerindeki etki derecesini baz almıştır (Miles 2002'den aktaran Kama vd., 2016: 245). Bir diğer model de Stone (2006) tarafından oluşturulmuştur. Stone (2006), bu modelde hüzün turizmini destinasyon ile ilgili özelliklere göre en koyudan en açığa doğru (darkest- lightest) sınıflandırmıştır. En koyu (darkest) yerler ölümün ve acının doğal ve doğrudan yaşandığı yerlerken, en açık (lightest) yerler turizm amaçlı kurgulanmış yerlerdir (Stone, 2006). Bir diğer model de Seaton (1996) tarafından yapılmıştır. Seaton'a göre ölüm yerleri 5'e ayrılmaktadır. Bunlar ölüm anına tanıklık eden yerler, oluş zamanından sonra kitlesel veya bireysel ölüm alanları, ölümlerin gömüldüğü alanlar veya anıtlar, özel ölümlerin veya ölümlerin sembolik kalıntıları veya maddi kalıntıların sunulduğu müzeler ile temsili ölüm ritüel yerleridir (Seaton, 1996: 42).

1.2.1. Hüzün Turizmi Motivasyonları

Hüzün turizmi destinasyonlarını her yıl birçok kişi ziyaret etmekte ve bu yerleri görmek için kısa veya uzun yollar katedmektedir. Ancak kaçmaktan ve düşünmekten rahatsız olunan ve unutulmaya çalışılan bir olgunun yaşandığı yerlere gitmeye insanları motive eden şey nedir? Dr. Philip Stone tarafından yönetilen Turizm Araştırmaları Enstitüsü' ne göre, bu yerlere yapılan ziyaretler(Gosar vd., 2015);

- Toplu tarihsel hafızayı pekiştirmek,
- Etnik kökenlerin veya insan kimliğini geliştirmek ve güçlendirmek,
- Tarihsel deneyimler yaşamak, belirli bir toplumun veya insanlığın araçsal değerlerini pekiştirmek,
- Eğlence ve adrenalin deneyimi sunmak ve ziyaretçilerin ölüm konusundaki farkındalığı artırmak gibi sebeplerle yapılmaktadır.

Başka bir araştırmacı olan Dunkley (2005) ise bu soruya farklı bir şekilde cevap vermiştir; “insanlar hüzün turizmi destinasyonlarını; manevi amaçlarla anıtsal yerleri ve mezarlıkları ziyaret etmek, heyecan ve risk aramak, bir şahsın veya yerin gerçekten var olduğunu görmek, kendini keşfetmek ve öğrenmek, tarihi yaşatan yapıları görmek, dini amaçla, yakın zamanda olan doğal afetlerin sonuçlarını merak etmek ve bir destinasyonun ulaşımındaki kolaylık gibi motivasyonlarla ziyaret ederler.”

Dann (1998) ise aynı soruya farklı bir cevap vermektedir; Dann' a göre insanlar; hayalet gibi çocukça korkularla yüzleşme, yenilik arayışı, nostalji yaşama isteği, suç ve sapkınlığı kutlama isteği, ölüm gibi korkutucu bir şeyin farkına varma amaçlarıyla ziyaret ederler (Aktaran Miles, 2014).

Seaton (1996) hüzün turizmine motive eden faktörün otantiklik ve ölüme karşı duyulan ilgi olduğunu ileri sürmüştür, bir diğer araştırmacı Ashworth (1998) ise bu faktörün merak ve öz kimlik olduğunu savunmuştur. Hüzün turizmi destinasyonunu ziyaret edenlerin bazıları yas tutmak için giderken bazıları boş zamanını doldurmak için gitmektedir (Aslan, 2015). Eğitim ve öğrenme isteği de sıkça üzerinde durulan motivasyonlardan biridir (Lennon, 2017).

Lennon ve Foley (1999), motivasyonlarına göre hüzün turizmini ziyaret eden kişileri iki grupta ele almıştır. İlk grup turistler, ziyaret ettikleri hüzün turizmi destinasyonlarına bir şekilde duygusal, ruhsal veya fiziksel olarak bağlı olanlardan oluşur. Yas tutma, hac, saygı

gösterme gibi motivasyonlarla destinasyonu ziyaret edenler bu grupta değerlendirilebilir. İkinci grup ise destinasyona karşı herhangi duygusal, fiziksel, ruhsal bağı bulunmayan kişilerdir. Bu kişiler heyecan arama, eğlenme gibi motivasyonlarla destinasyonu ziyaret ederler. İnsanların, acıyı ve ölümü çağrıştıran yerlere ziyaret etme nedeni olarak Stone ve Sharpley (2008), ölümü hatırlayıp kendi ölümleri için psikolojik olarak hazırlandıklarını ileri sürmüştür. Motivasyonların çeşitliliğinden de anlaşılacağı üzere hüzün turizminin eğlenmeden öğrenmeye, yas tutmadan heyecan yaşamaya kadar birçok farklı motivasyonu vardır. Buna göre belirlenen terim, tanım, model ve motivasyonlar hüzün turizminin temelini oluşturmaktadır.

1.2.2. Hüzün Turizmi Çeşitleri

Hüzün turizmi çeşitleri birçok araştırmacı tarafından sınıflandırılmıştır. Bu araştırmacılardan biri de Seaton (1996) dır. Araştırmacı, hüzün turizmini; ölümü izlemek, bireysel ve toplu ölüm yerlerine tanıklık etmek, anıtlara ve hapishanelere tanıklık etmek, ölümün maddi kanıtlarına veya sembolik temsillerine tanıklık etmek ve son olarak ölüm zamanının yeniden canlandırıldığı yerleri görmek için seyahat etmek olarak beş kategoride sınıflandırmaktadır (Seaton, 1996: 240-242). Bir başka araştırmacı olan Ashworth ise hüzün turizmini; savaş turizmi, savaş alanları turizmi, kara nokta turizmi, ölüm alanı turizmi, vahşet turizmi ve vahşet mirası turizmi olmak üzere yedi kategoride sınıflandırmıştır (Ashworth,2004'den aktaran Dunkey vd, 2007). Kendle ise farklı bir sınıflandırmaya giderek hüzün turizmini, şehitlik ziyareti, savaş alanlarına yapılan ziyaret, toplu mezar ziyareti, yoksul alanlara olan ziyaret, trajik suç ve olayların yaşandığı yerlere ziyaret, intihar turizmi ve kıyamet günü turizmi olarak sınıflandırmıştır (Kendle 2008'den aktaran Kılıç ve Akyurt, 2011: 214).

Yukarıda da görüldüğü gibi birçok sınıflandırma olmasına rağmen yapılan bu çalışmada Yıldız vd. (2015)' nin sınıflandırması kullanılmaktadır. Yıldız vd. (2015) hüzün turizmi destinasyonlarını doğa nedenli ve insan nedenli olmak üzere iki kategoriye ayırmıştır. İnsan temelli olmayan ve doğada gelişen olayların yaşanmasından kaynaklanan acı ve ölümlerin yaşandığı yerlere yapılan ziyaretler, doğa nedenli hüzün turizmi kategorisinde incelenmektedir. Felaket turizmi, doğa temelli hüzün turizmine örnek olarak gösterilebilir. Öte yandan insanların kasıtlı veya kasıtsız bir şekilde yol açtıkları acı ve ölümün yaşandığı yerlere yapılan seyahatler ise insan temelli hüzün turizmi adı altında ele

alınmaktadır. Bu hüznün turizmi ise soykırım turizmi, zulüm ve kölelik turizmi, keder turizmi, trajedi turizmi, korku turizmi, sıra dışı turizm ve savaş turizmini kapsamaktadır.

1.2.2.1. Felaket Turizmi

Birden oluşan ve bulunduğu bölgeye büyük zararlar veren olaylara felaket adı verilir. Felaketler iki sınıfta değerlendirilmektedir. Bunlar; doğal ve beşeri felaketlerdir. Doğal felaketler, insan unsurundan çok az etkilenen veya hiç etkilenmeyen doğal bir şekilde oluşan felaketlerdir. Sel, kasırga, yanardağ patlamaları, deprem gibi felaketler doğal felaketler olarak adlandırılır (Emekli, 2001: 200). Bu felaketlere, Eyjafjallajökull buzulunun altındaki yanardağın patlaması, Katrina kasırgası örnek gösterilebilir (Rucińska ve Lechowicz, 2014: 21). Beşeri felaketlerde, insan unsurundan çok fazla etkilenen felaketlerdir. Bunlara yangın, ekonomik krizler ve göçler örnek gösterilebilir (Emekli, 2001: 200). Felaketler, buldukları bölgede veya daha büyük ölçülerde ekonomik hasarlara neden olur. Ülkeleri zor durumda bırakan bu olaylar bazen turizm talebi oluşturabilir. Buna en iyi örneklerden biri Eyjafjallajökull buzulunun altındaki yanardağın patlamasından sadece 24 saat sonra bölgeyi görmek isteyenlerin oluşturduğu talep sonucunda oraya turların düzenlenmeye başlanmasıdır (Rucińska ve Lechowicz, 2014: 21).

Felaket turizminin ilk örnekleri titanikte görülmektedir. 1918 yılında bir buzdağın çarparak batan ve birçok kişinin ölümüyle sonuçlanan titanik kazasının olduğu yerlere yapılan turlar felaket turizminin ilk örneklerini oluşturmaktadır. Turistlerin bu bölgeleri neden görmek istedikleri ise literatürde tartışılan sorular arasındadır. Yuill (2003) bu soruyu motivasyonları 2'ye ayırarak cevaplamaktadır. Yuill (2003), afet turizmi motivasyonlarını itici ve çekici faktörler olarak ayrı ayrı incelemiştir. Başlıca itici faktörler; kişinin kimliğini anlamayı içeren mirasa ve tarihe olan ilgi, suçluluk (kurtulanın suçluluğu), utanç (felakete neden olmasıyla ilişkili olabilecek grubun bir parçası olmak dahil), yenilik arayışı ve nostalji olarak; çekici faktörler ise eğitim, anma ve kutsallaştırma olarak belirlenmektedir (Yuill 2003'den aktaran Kelman ve Dodds, 2009: 276).

1.2.2.2. Soykırım Turizmi

Soykırım, insanların veya bir ulusun kasıtlı olarak öldürülmesi olarak tanımlanmaktadır. Soykırım turizmi ise insanların bu yerlere yaptıkları ziyaretleri ifade etmektedir. Soykırım turizminde, 1930 ve 1940'larda Nazi faaliyetleri en çok bilinen örnektir (Dunkley vd., 2007: 9). Suçun işlendiği yerin yanı sıra dolaylı olarak bu suçla bağlantılı yerlere yapılan seyahatler de soykırım turizmi içinde değerlendirilir. Örneğin,

sadece toplama kampları değil aynı zamanda bu konuya adanmış, Amerika Birleşik Devletleri Soykırım Anıt Müzesi gibi müzeler, çeşitli şehirlerdeki Yahudi müzeleri (Prag, Amsterdam, Berlin), soykırımda yakılan veya öldürülen kurbanların anıtları, tarih ve soykırımla ilgili nesnelere (örneğin, savaş sırasında Anne Frank'ın Yahudi bir ailesinin saklandığı Amsterdam'daki bir ev) soykırım turizmi için birer destinasyon sayılırlar. (Podoshen, 2017). Soykırım bölgeleri çok yaygın olmamasıyla beraber, var olan destinasyonlar da oldukça korkutucudur (Stone, 2006).

1.2.2.3. Trajedi Turizmi

Trajedi turizminde insanların seyahat amacı, ölümle ilgili suçların yaşandığı yerleri, ünlülerin kaza veya suikast sonucu öldükleri yerleri, kaza yerlerini (uçak, araba, tren, gemi) veya bu gibi olaylarla bağlantısı olan yerleri görmektir. Örneğin, Titanik kazası bir trajedi turizmi adı altında değerlendirilebilir (Lennon ve Foley, 2000: 11).

Trajedi turizmi adı altında birçok destinasyon bulunmaktadır. Elvis Presley'in öldüğü yer, Türkiye'de terör olaylarının yaşandığı yerler, Soma maden kazasının yaşandığı yer, bombalı saldırılar sonucu ölenleri anmak için gidilen yerler, madımak olayı, günümüzde mültecilerin yaşadığı ölümcül kazalar birer trajedi olarak geçmekte ve trajedi turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Baranaydın, 2016: 49).

1.2.2.4. Savaş Alanları Turizmi

İnsanlar, buldukları toprakları korumak için çoğu zaman savaşmak durumunda kalmışlardır. Bu nedenle savaşlar meydana gelmiş ve dünya tarihini büyük oranda etkilemiştir. Savaşlar sonrasında geriye birçok kanıt kalmıştır. Savaşın yapıldığı yer, savaşta kaybedilen insanların bulunduğu yerler gibi savaşa ait soyut ya da somut birçok unsur, günümüzde ilgi odağı konumuna gelmiştir. Bu savaşlara Belçika'da yaşanan Waterloo Savaşı örnek gösterilebilir. Birinci Dünya Savaşı'na kadar ön önemli savaş turizmi mekânı olarak görülen bu mekân, Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra en önemli ikinci turizm destinasyonu olarak önemini korumaktadır (Çakar, 2018). Başlangıçta anma törenleri ile başlayan ziyaretler sonrasında daha fazla büyümüş özellikle Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra müzeler ve anıtların ziyaret edilmeye başlanmasıyla savaş alanları turizmi ortaya çıkmıştır (Atay ve Yeşildağ, 2010: 66).

Savaşlar, birbirinden oldukça farklı özelliklere ve etkilere sahip olsa da savaş alanları ortak özelliklere sahiptir. Bu ortak özellikleri sıralayan Hall ve Basarin'e göre savaş alanlarının kültürel ve tarihi önemi vardır. Bu nedenle bu alanlara genellikle milli park

denmektedir. Savaş alanlarına, savaş sırasında kullanılan siper ve karargâhlar gibi mekânlar da dâhildir. Kültürel önemi olan savaşların toplum üzerinde büyük izleri vardır. Buna örnek olarak I. ve II. Dünya Savaşları gösterilebilir. Yaşananlar, toplum üzerinde çok büyük bir etki oluşturmuştur. Ayrıca savaşlar manevi değerlere katkı sağlarlar ve koruma altına alınan yerler savaş turizmine açılabilir (Hall ve Basarin, 2010).

Savaş alanları, sadece savaşın yaşandığı yerden ibaret değildir. Savaş, toplum üzerindeki etkinin yanısıra birçok maddi ve manevi unsuru da beraberinde getirmektedir. Bu unsurlar, mekânsal ve olaysal çekicilik olmak üzere iki kategoriye ayrılabilir (Doğaner, 2014: 3). Şekil 1.1.'de savaş turizminin dağılım alanları gösterilmektedir.

Şekil 1.1. Savaş Turizminin Dağılım Alanları



Kaynak: Doğaner, 2014: 4

Savaşlar ile bağlantılı olan çoğu şey günümüzde miras olarak değerlendirilmekte ve kutsal sayılmaktadır. Bu nedenle o kutsal alanları korumanın ve anmanın insanlar için önemi büyüktür (Çakar, 2018). Ancak insanları savaş alanlarını gezip görmeye iten motivasyon sadece korumak ve anmak değildir. Bir çalışmaya göre insanlar, savaş alanları turizmine katılmaya; tarihi anlamak, fedakarlığa minnet duymak, tanıdık bir şehit için yas tutmak, savaşta olanları anma isteği, savaşın kendisini anlama isteği, savaşa ait yerleri gezme isteği, herkes tarafından bilinen bir kahramanın mezarını ziyaret etme isteği gibi nedenlerle motive olmaktadır (Atay ve Yeşildağ, 2010: 68). Bu motivasyonlar ve savaş alanlarına olan bu ilgi, savaş alanı turizminin ziyaretçiler için önemini vurgular niteliktedir.

1.2.3. Hüzün Turizminin Ortaya Çıkmasına Etki Eden Faktörler

Toplumsal hayat, bir neden sonuç ilişkisi içerisinde sürmektedir. Her şey gibi turizm de bir neden sonuç ilişkisi içerisinde değişikliğe uğramaktadır. Bir olayın veya bir durumun ortaya çıkması her zaman belli nedenlere bağlıdır. Özel ilgi turizminin ortaya çıkmasında

olduğu gibi hüzün turizminin ortaya çıkmasında da belli faktörler etkili olmaktadır. Bu faktörlerin en önemlileri post-modernizm ve medyadır.

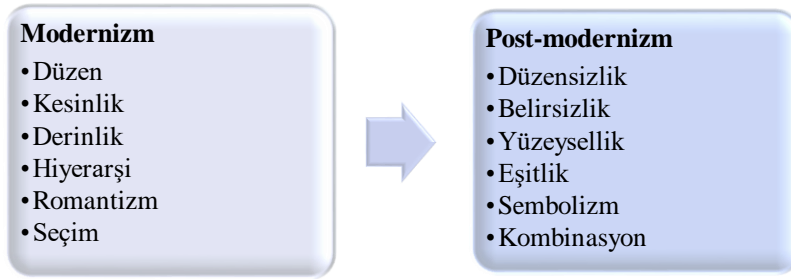
1.2.3.1. Post-Modernizm

Turizmin özelliklerine bakıldığında değişikliklerden çok çabuk etkilendiği görülmektedir. Çünkü turizm; insan odaklıdır ve bu, ekonomik krizlerden, doğal afetlerden, suçlardan, politik olaylardan ve elbette toplumsal koşullardan çok fazla etkilenmesine sebep olur. Tarihi süreç içerisinde bütün toplumsal, ekonomik, teknolojik değişimler belli sınıflandırmalarla birbirinden ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmalar süreçlerden oluşmaktadır ve genel olarak modern öncesi, modern ve post-modern olarak ayrılmaktadır. Turizm de bu süreçlerden etkilenmektedir. Bu nedenle bu ayrım turizmde de uygulanmaktadır.

Modern öncesi dönemde turizm sadece üst sınıfın faydalanabildiği bir lüks iken sanayi devrimi ile birlikte modern döneme geçiş yaşanmıştır. Modern dönemde, çalışanlar diğer bireylerden, doğadan ve emeğinden uzaklaştığı için çalışmaktan zevk almak yerine nefret eder hale gelmişlerdir. Bunun yanı sıra orta sınıfın hakları gözetilmeye başlanmış ve insanların boş zamanları artmıştır. Daha fazla zaman, daha fazla hak ve dinlenmeye olan daha yoğun ihtiyaç, orta sınıfın turizm faaliyetlerine katılımını biraz daha kolaylaştırmıştır (Duran ve Aslan, 2016: 327). Yine bu dönemde turizm, bireylerin ortak özellik ve beğenileriyle ilgilenmiş ve bu da kitle turizminin doğmasına sebep olmuştur. Modern dönemin oluşturduğu ürünlerden biri olan kitle turizmi belli bir süre devam etmiş ve bu sayede turizme hizmet edecek konaklama ve seyahat hizmetleri gelişme göstermiştir.

Modern dönemde bilime, akla, teknolojiye olan sarsılmaz inanç ve güven 1980'lerde batmaz denilen Titanik'in batması sonucunda sarsılmış, bu güvenin yerini korku ve endişe almıştır. Modern dönemde savunulan çoğu şeye olan inancın azalması, modern dönemin yerini post-modern döneme bırakmasına sebep olmuştur (Kaya, 2006: 52). Modern karşıtı olarak bilinen post-modern dönemde, modern dönemin savunduğu birçok şey yerini aksine bırakmıştır. Şekil 1.2.'de modernizm ve postmodernizm arasındaki farklar gösterilmektedir.

Şekil 1.2. Modernizm ve Postmodernizmin Karşılaştırılması



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Postmodern dönemde meydana gelen birçok değişiklik tüketici davranışını da etkilemiştir (Demirkoparan, 2009: 61). Tüketici bireyselleşmiş ve büyük pazarların yerini niş pazarlar almıştır. Titanik'in batması, teknolojinin sebep olduğu Çernobil olayı, I. ve II. Dünya Savaşları gibi olaylar sonucunda toplumsal bağlılık azalmış ve şüphecilik artmıştır. Modern dönemin geleceğe yönelik iyimser görüşü yerini, kötümser ve bugünü yaşamaya istekli ve hazcı görüşe bırakmıştır. Bilim ve teknolojiye olan güvensizlik sonucunda içeriğe yönelik ilgi yerini şekilcilik ve stile bırakmıştır (Odabaşı, 2004: 126). Tüketici davranışlarında ki bu değişimler daha hazcı, bugünü yaşamaya önem veren, anlama değil şekle önem veren, bireysel bir tüketici profili yaratmıştır. Bu zıt iki anlayış turizme de yansımıştır. Tatil-ev, serbest zaman-çalışma zamanı gibi kesin ayrımların azalmasıyla turizm hareketleri zamandan daha bağımsız olmaya ve günlük hareketlerin içerisinde olmaya başlamıştır (Duran ve Aslan, 2016: 303). Turistin bireyselleşme ve farklılaşma ihtiyacı, kendini gerçekleştirme ve boş zamanı bir ihtiyaç olarak görmesi, çevreye olan koruma duygusunun gelişmesi, gerçek olandan daha fazlasını talep etmesi önce alternatif turizmin sonra ise özel ilgi turizminin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Kaya, 2006: 55).

Post-modernizm ile hüzün turizminin bağlantısına bakıldığında ise karşımıza nostalji ilgisi çıkmaktadır. Artık geleceğe karşı umutsuz insan, geçmişe karşı daha ilgili bir tutum sergilemeye başlamıştır. Müze köyleri, manzaraların korunması, retro modasının önemli bir ivme kazanması bu nostaljiye ve doğal olarak geçmişe olan ilginin bir göstergesidir. Gelecek korkusundan uzak olan insanlar bir şekilde geçmişte bir çıkış noktası aramaya başlamıştır. Bu nedenle insanların hüzün turizmine olan merakları artmıştır. Bu ise hüzün turizminin doğmasında postmodern dönemin önemli olduğunu göstermektedir (Yuill, 2003: 25).

1.2.3.2. Medya

Özellikle 21. yüzyılda medya, önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Televizyonsuz evin kalmaması, teknolojinin ve sosyal medyanın hızlı gelişimi herkesin dünyada olup bitenlerden anında haberdar olmasını sağlamaktadır. İnsanlar; bilgi, eğlence, eğitim gibi ihtiyaçlarını sosyal medyadan karşılamaktadır. Aynı zamanda toplumun ne yiyeceği, ne giyeceği medya tarafından belirlenmektedir. Toplum, futbol tartışmaları ve maç sonuçlarından oyların kime verildiğine kadar herşeyi yine medyadan öğrenmektedir (Yuill, 2013: 124).

Günümüzde toplum, tatil veya bilgilenmek amacıyla gidecekleri destinasyonları da yine medya aracılığıyla seçmektedir (Kaya, 2006: 56). Dolayısıyla medya günümüzde önemli bir pazarlama aracı olarak görülmektedir. Bu nedenle hüzün turizmi ile medya birbirinden bağımsız değildir. Medya, hüzün turizmine talebi arttırmaktadır. Buna örnek olarak Titanik verilebilir. Titanik filmi, birçok insanın bu olaydan haberdar olmasını sağlamış ve merak ortaya çıkmıştır. Ayrıca Titanik'in batmasının yıldönümü olan 14 Nisan'da dergilerde, TV programlarında Titanik konusunun işlenmesi, Titanik'in battığı yere olan seyahatleri arttırmaktadır (Özçelik, 2012: 31). Bir diğer örnek ise Çanakkale Savaşları'dır. Her yıl 18 Mart ve 24-25 Nisan tarihlerinde, yapılan programlar ve yayınlar artmakta ve bu, Çanakkale'ye olan talebi etkileyebilmektedir. Medyanın gelişmesi ile ölüm alanlarının tanınırlığı artmaktadır. Geçmişte olan olaylar medya aracılığıyla sürekli hatırlanmakta ve o destinasyona ilgiyi artırabilmektedir. Bu nedenle hüzün turizmi ile medya sıkı bir bağlantı içerisinde (Lennon ve Foley, 2000: 16).

1.2.4. Hüzün Turizmi Destinasyonları

Çok eski zamanlardan günümüze kadar dünya, çok fazla acı, savaş, yoksulluk, felaket sahnelerine ev sahipliği yapmış ve bu durumlar çok fazla can kaybına sebep olmuştur. Her milletten insan, kaybettikleri insanları anmak veya olanları anlamak için bu destinasyonlara seyahat etmektedirler. Bu destinasyonlardan bazıları bir savaş alanıyken bazı destinasyonlar afet bölgesidir. Bu destinasyonlar ölümü ve acıyı temsil etmekte ve bu anılarla hatırlanmaktadır.

1.2.4.1. Dünya'dan Hüzün Turizmi Destinasyonları

Tarih boyunca hüzün turizmine konu olacak birçok olay yaşanmıştır. İnsanlarda iz bırakmış olan ünlü hüzün turizmi destinasyonları aşağıda bahsedilmektedir.

Austchwitz-Birkenau Toplama Kampı: Polonya’ da kurulan bu kamplarda Yahudi, Roman, Eşcinseller gibi Nazilerin düşman olduğu gruplardan yaklaşık 1,5 milyon kişi öldürülmüştür. Birçok insanın çok fazla çalıştırıldığı, aç bırakıldığı ve öldürüldüğü kamptan çok az kişi kurtulabilmiştir. Büyük acıların yaşandığı kampların bulunduğu yerleri kötü ve karanlık geçmişinden dolayı birçok insan ziyaret etmektedir. II. Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanyası tarafından kurulmuş en büyük toplama kaplarından biri olan Austchwitz-Birkenau toplama kampı, 1979 yılında UNESCO'nun İnsanlığın Kültür Mirası listesine eklenen kamplar, Yahudi mezarlığı, Auschwitz-Birkenau Devlet Müzesi ve Holokost anma mekânı olarak halka açılmış ve günümüzde bir turizm destinasyonu olarak müzeleştirilmiştir (Cnntürk, 2020).

Alcatraz Hapishanesi: Her yıl 1 milyondan fazla ziyaretçi çeken bir hüzün turizmi destinasyonu olan Alcatraz Hapishanesi; San Francisco şehrine sadece 2.4 km uzaklıkta bulunan adada kurulmuş yüksek güvenli bir hapishanedir. Yeni mahkûmlar almak yerine daha çok diğer hapishanelerden kaç etmesi güç mahkûmlar buraya getirilmiştir (Waite, 2011: 99). Al Capone ve Machine Gun Kelly gibi ünlü mahkûmların tutulduğu hapishanede 36 mahkûm tarafından toplamda 14 kaçma girişimi gerçekleştirilmiş, bu kaçma girişiminde yakalanamayanlar ise körfezin serin sularında boğulup yaşamlarını yitirmiştir (Tarihiolaylar, 2020). Hapishane birçok filme konu olmuştur ve şu anda en önemli turizm destinasyonlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Waite, 2011: 99).

Çernobil: 26 Nisan 1986’ da Ukrayna’nın kuzeyindeki Çernobil Nükleer Santrali’nin 4 numaralı reaktöründe oluşan patlama, çok ciddi zararlara yol açmıştır (Hürriyet, 2020). SSCB’ nin bir açıklama yapmadığı ancak kazada oluşan radyasyon düzeylerindeki artış sonucunda anlaşılan kazada içlerinde Türkiye’nin de olduğu birçok ülke etkilenmiş ve canlılar büyük zarar görmüştür (Kılıç, 2017: 152). Günümüzde bir turizm destinasyonu olarak izne açılan bölgeye bir sürü izin alınarak ve imzalanması gereken belgeler imzalanarak girilmekte ve bir şeyler yenmemesi, sigara içilmemesi, her yere dokunulmaması gibi birçok uyarıdan sonra gezilebilmektedir. Turistler, radyasyon oranı normalden 35 kat yüksek olduğu düşünülen bu destinasyonu görmek için günlük 100 € ödemektedirler (Dailymail, 2020).

Waterloo Savaş Alanı: Belçika’da Brüksel’in 19 km güneyinde bulunan Waterloo kasabasına yakın olduğu için savaş bu isim ile anılmaktadır. 18 Haziran 1815 tarihinde yapılan savaş, dünyanın en belirleyici savaşlarından biridir. Napolyon’un son savaşı olan bu

savaşta Napolyon'un karşısında İngiliz ve Prusya orduları bulunmaktaydı. 6 ülkenin katıldığı savaş Napolyon'un yenilgisiyle sona ermiştir (Özçelik, 2012: 46-47). Savaşın hemen ardından bu savaş alanına olan ilgi birçok ziyaretçinin savaş alanına gitmesine sebep olmuştur. Günümüzde Waterloo Savaş Alanı'nın 135 anıt ve abide alanı bulunmaktadır ve Belçika'nın en büyük turizm destinasyonlarından biri olmaya devam etmektedir (Akbulut ve Ekin, 2018: 402).

John F. Kennedy 6. Kat Müzesi: 22 Kasım 1963 de Dallas'ta vurularak öldürülen John F. Kennedy anısına yapılmış bir müzedir. Teksas Okul Kitapları Deposunun 6. katında konuşlanan keskin nişancı Lee Harvey Oswald tarafından vurulan John F. Kennedy vurulduktan 30 dakika sonra Parkland Memorial Hastanesinde ölmüştür. Günümüzde ise keskin nişancı Lee Harvey Oswald'ın Kennedy'yi vurduğu yer müze olarak turistlere hizmet vermektedir. İlk önce 1990 da 6. kat daha sonra 2002 de 7. kat müze haline getirilmiştir (Baranaydın, 2016: 70). Müzede Kennedy'ye ait birçok anı bulunmaktadır. Tur rehberleri eşliğinde müzeye gelen ziyaretçiler o günün benzerini yaşamaktadır ve tur, Kennedy'nin öldüğü hastanede son bulmaktadır (Lennon ve Foley, 2000: 98). Yıllık ortalama 300.000 kişi bu müzeye ziyaret etmektedir (Baranaydın, 2016: 70).

1.2.4.2. Türkiye'den Hüzün Turizmi Destinasyonları

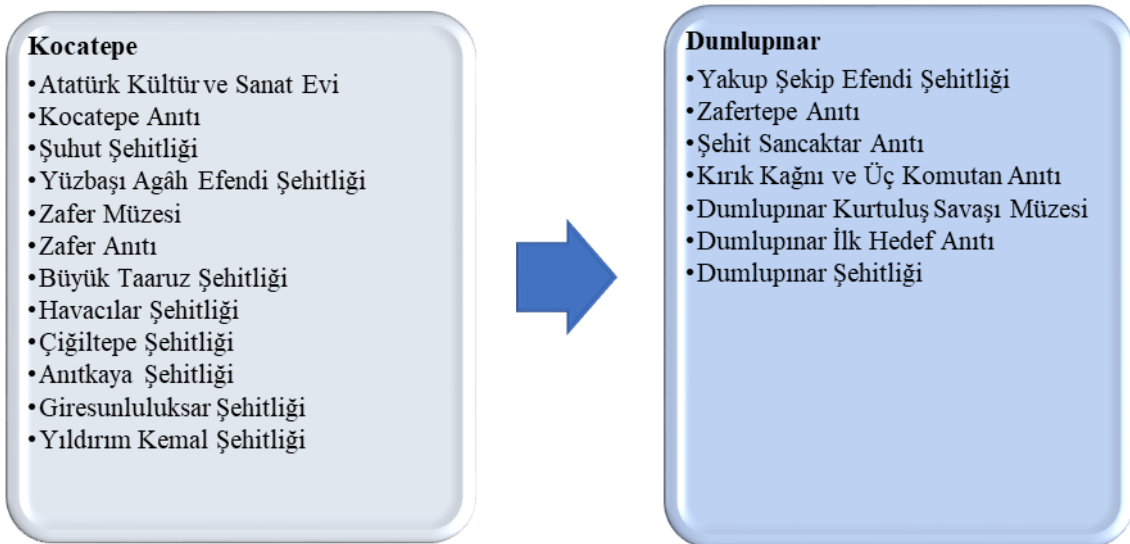
Türkiye'de savaş alanları turizmi için önemli destinasyonlara sahip bir destinasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun dışında önemli kişilerin buldukları destinasyonlar da ziyaret edilmektedir. Bu destinasyonlardan bazıları aşağıda açıklanmaktadır.

Ulucanlar Cezaevi Müzesi: Ankara Kalesi'nin doğusunda bulunan cezaevi, cumhuriyet öncesinde mezarlık, cumhuriyet sonrasında ise belli bir süre depo olarak kullanılmıştır. Daha sonra ise mahkûmların ıslah edilmesine yardımcı olmak için etrafı tarlalardan oluşan bu depo cezaevine dönüştürülmüştür. Ek binalar ile cezaevi gelişmiştir. 6 kısımdan oluşan cezaevinin çocuklar için, kadınlar için ayrı koşulları vardı. Bunun yanısıra disiplin hücrelerine sahipti (Çetinsöz, 2017: 19). İlk adı Cebeci Tevkifhanesi olan cezaevi sonrasında Cebeci Umumi Hapishanesi ve daha sonra Ankara Merkez Cezaevi ismini almış en son ise Ulucanlar Cezaevi ismini almış ve günümüze kadar bu isimle anılmıştır. 1925 yılından 2006 yılına kadar cezaevi çok kötü şartlarda hayatlarına devam eden mahkûmlarla doluydu. Bunun yanı sıra infazlar da yapılmaktaydı. Bu cezaevi kullanıldığı süre boyunca Türk siyasi ve edebi dünyadan birçok insanı ağırlamıştır. Nazım Hikmet, Necip Fazıl Kısakürek, Ahmet Arif, Bülent Ecevit, Muhsin Yazıcıoğlu, Deniz Gezmiş bu isimlerden

sadece birkaçıdır. 2006’da boşaltılan cezaevi 16 Haziran 2011’de ziyaretçilere açılmıştır. Cezaevine gelen ziyaretçiler, rutubet kokuları eşliğinde 40-50 dakika sonra gezilerini tamamlamaktadır. Ulucanlar Cezaevi Müzesi her yıl birçok ziyaretçiyi ağırlamaktadır (Ulucanlarcezaevimüzesi, 2020).

Başkomutan Tarihi Milli Parkı: Büyük Taarruz, Türk ordusunun Yunan kuvvetlerine karşı başlattığı saldırdır. Afyon Cephesi, kurtuluş savaşında en yoğun savunmanın olduğu yer olarak bilinmektedir. Bunun yanı sıra Büyük Taarruz, Türk ordusunun ilk kez taarruza geçtiği savaş olarak da önemli bir yere sahiptir. 26 Ağustos’ta Mustafa Kemal ATATÜRK, Feyzi Paşa ve İsmet Paşa taarruzu yönetmek için Kocatepe’ye gelmiştir. 26 Ağustos’tan 30 Ağustos’a kadar süren mücadele sonucunda 31 Ağustos’ta Yunan ordusu savaş alanını terk etmiştir (Kılıç ve Akyurt, 2011: 219). Sonrasında savaş meydanının unutulmaması, sonraki nesillere korunarak aktarılması için milli park kurulmuştur. Milli park 10 anıt ve şehitlik, 2 müze, 1 tanıtım parkı ile 40.769 hektarlık alana kurulmuştur ve Afyonkarahisar ve Kütahya olmak üzere iki ayrı şehre yayılmıştır. Afyonkarahisar sınırları içerisindeki Kocatepe ile Kütahya sınırları içerisindeki Dumlupınar’ da bulunan milli parkın dağılımı aşağıda gösterilmiştir. Şekil 1.3’de Başkomutanlık Tarihi Milli Parkının hangi bölgelere dağıldığı ve hangi bölgelerde nelerin bulunduğu gösterilmektedir.

Şekil 1.3. Başkomutanlık Tarihi Milli Parkının Bölgeye Göre Dağılımı.



Kaynak: Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020

Anıtkabir: Ankara Anıttepe’de bulunan Anıtkabir, Kurtuluş Savaşı komutanı ve Türkiye Cumhuriyeti kurucusu olan Mustafa Kemal ATATÜRK’ ün yattığı yer olarak

geçmektedir (Alili, 2018: 46). 1944’de başlayıp 1953’de tamamlanan Anıtkabir, Atatürk’ün hayatı ile ilgili birçok bilginin yer aldığı bir yapıdır. Bu bilgiler Anıtkabir’in altında bulunan müzede sergilenmektedir. Anıtkabir’in giriş yolunun iki yanı aslan heykelleri ve meşalelerle süslüdür. Çevresinde sekiz kule bulunmasının yanında bu kuleler Kurtuluş Savaşı ile ilgili bir şekilde isimlendirilmiştir. Şeref salonunun gerisinde bir pencerenin önünde Lâhit bulunmaktadır. Atatürk’ün mezarı ise bu lâhtin altında bulunmaktadır (Taylak, 1998: 56). Anıtkabir, Türkiye için önemli bir yere sahiptir. 2018 yılında Anıtkabir’e gelen ziyaretçi sayısı 6.581.232’dir. Bu bilgiler Anıtkabir’in Türkiye için değerini gözler önüne sermektedir.

Sinop Cezaevi: Sinop MÖ 4500’lerden beri çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle gelen uygarlıkların izlerini taşıyan birçok tarihi eserin de bulunduğu bir ildir. Kaleler, kaya mezarları, kiliseler, camiler, çeşme ve hamamlar, medreseler, tabyalar ve türbeler bu tarihi eserler arasındadır. Sinop cezaevi de kaleden cezaevine dönüştürülmüş bir yapıdır. Bu kale yaklaşık 4000 yıl önce Gaskalılar tarafından yaptırılmıştır. Grekliler’den Osmanlılara kadar gelen uygarlıklar kaleyi korumuştur.1568 yılında cezaevi olarak kullanıldığı belgelerden ortaya çıkmıştır. Ancak tam olarak ne zaman cezaevine dönüştürüldüğü bilinmemektedir. Günümüze kadar bu kaleye birçok ekleme yapılmıştır ve bugüne kadar ayakta kalmıştır. Sinop cezaevi üç tarafı denizlerle çevrili, kaçmanın çok zor olduğu bir cezaevidir ve birçok ünlüyü ağırlamıştır. Bu ünlülerden bazıları; Refik Halit Karay, Mustafa Suphi, Refii Cevat, Burhan Felek ve Sabahattin Ali’dir (muze, 2020). Cezaevi 1996 da boşaltılıp Kültür bakanlığına devredilmiş 2003 de ise il özel idaresine tahsis edilmiştir (Belli ve Özdemir, 2018: 122).

Sarıkamış: Doğu Anadolu Bölgesindeki Erzurum-Kars illeri arasında bulunan Sarıkamış 1915’de Allahuekber Dağlarından geçerken Enver Paşa komutasındaki kimi kaynaklara göre 60 bin, kimi kaynaklara göre 90 bin Mehmetçiğin donarak şehit olduğu yer olarak tarihe geçmiştir. Enver Paşa, bu olayın tek sorumlusu olarak görülmüş ve Enver Paşa’nın inisiyatiflerini yanlış kullanmaları sonucunda böyle bir olay yaşandığı belirtilmektedir. Eksi 40 derece soğuklukta ve açlıkta kalmalarına rağmen mücadele eden Türk askerlerinin anısına Sarıkamış’ta “Şehitlik Anıtı” yaptırılmıştır (Öztürk, 2016: 32).

1.2.5. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı

Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Türkiye’de en çok ziyaret edilen savaş alanı destinasyonlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Birdir vd. 2015: 14). Çünkü bu milli

park sadece Türkler için değil aynı zamanda başta Avustralya ve Yeni Zelanda olmak üzere birçok millet için de önemi büyüktür (Soylu ve Özkök, 2016:567).

Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Çanakkale sınırları içerisinde olup büyük bir bölümü Eceabat sınırları içerisinde bulunmaktadır. Milli park 33 bin hektarlık bir alanı kapsamaktadır. Destinasyonun Kuzey kısmında Kuru Dağları, Güney kısmında Monto Koyu- Seddülbahir hattı, doğusunda Kilitbahir Köyü ve batısında Kabatepe Limanları bulunmaktadır (Yeşildağ ve Atay, 2011). 1973 yılında milli park olarak kabul edilen destinasyon (Soylu ve Özkök, 2016: 567), 56 yerli anıt ve şehitlik ve 35 yabancı anıt ve mezarlığa ev sahipliği yapmaktadır (Birdir vd., 2015:14). Şekil 1.4.'de Çanakkale Şehitlik ve Anıtlar gezi haritası gösterilmektedir.

Şekil 1.4. Çanakkale Şehitlik ve Anıtlar Gezi Haritası



Kaynak: yearofthefly, 2020

Çanakkale Savaşı sonrasında hem Türk hem de yabancı birçok asker kaybedilmiştir. Bu nedenle Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na ilk ziyaretler anma törenleri ile başlamıştır. Böylece bölgede 18 Mart Çanakkale Zaferi ve şehitleri anma ve 25 Nisan Anzac günü gibi çeşitli anma törenleri gerçekleştirilmektedir (Soylu ve Özkök, 2016:567). 2000 yılında Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Park Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle bölge

korunmaya başlanmış ve turizm açısından hızla gelişim göstermiştir (Yeşildağ ve Atay, 2011).

1.2.6. Hüzün Turizmi ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Korku ve acı temalı turizm türü olan hüzün turizmine her yıl çok fazla sayıda turist katılmaktadır. Ancak hüzün turizmi literatürde çok tartışmalı bir konu olarak gündeme gelmektedir. Etik olup olmadığı, hüzün turizmine etki eden faktörlerin ne olduğu, ölüm ve acı temalı genellikle insanların kaçmak isteyeceği duyguları gün yüzüne çıkaran hüzün turizmine insanların neden katıldığı, katılmadan önce ne düşündükleri ve katıldıktan sonra ne hissettikleri gibi sorular hem yerli hem de yabancı literatürde cevaplanmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmalar aşağıda açıklanmaktadır.

Yabancı literatürde hüzün turizmine olan ilgi ve dolayısıyla bu turizm türü ile ilgili yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. Hüzün turizmi ile ilgili teorik çalışmalar en fazla yapılan çalışmalardan biridir. Hüzün turizminin ne olduğu, hangi unsurları içerdiği gibi konular araştırmacılar tarafından merak edilmiş ve araştırılmıştır. Wight (2006) mevcut akademik araştırmalarda kullanılan araştırma yöntemlerinin ve analitik çerçevelerin türleri ve ilgisi hakkında çok az çalışma yapıldığını ileri sürmüştü ve felsefi konular, araştırma metodolojileri, konuyla ilgili ortaya çıkan paradigmlar, çağdaş tartışmalar ve tartışmalar bağlamında bu konuda yazılmış yayınların bir kesitini yorumlamıştır. Sonuçlara bakıldığında konu, şimdiye kadar büyük ölçüde göstergebilim, katılımcı gözlem ve vaka çalışmaları da olmak üzere söylem analizini kapsayan hâkim yöntemlerle nitel sorgulamaya dayanmaktadır. Dolayısıyla hüzün turizmine kavramsal bir yaklaşım hâkimdir.

Stone ve Shapley (2008) yaptıkları çalışmada çağdaş ölüm sosyolojisinden yola çıkarak ölümle yüzleşmenin yolları ile hüzün turizmi potansiyeli arasındaki ilişkiyi anlamak için teorik bir çalışma yapmış ve bununla birlikte hüzün turizmi tüketim modeli önermiştir. Sonucunda hüzün turizminin ölüm ve ölmekten daha fazla yaşam ve yaşamakla ilgili olduğu bulunmuştur.

Bowman ve Pezzullo (2009) yaptıkları çalışmada biraz daha farklı bir yaklaşım izleyerek karanlık turizmi değil, bir turizm türündeki karanlık yakıştırmasını araştırmıştır. Bunun sonucunda “karanlık” teriminin turistleri sınırlandırdığı sonucuna ulaşılmış ve bu turizm türündeki karanlık yakıştırmasının kalkmasını önermiştir.

Teorik araştırmaların yanı sıra turistleri ele alan çalışmalar da yapılmıştır. Özellikle ölümden bu kadar korkarken neden ölüm ile ilişkili yerlere gidildiği merak konusudur. Bu

nedenle hüzün turizmine katılan turistlerin motivasyonları az da olsa çalışılmıştır. Niemela(2010) turistleri hüzün turizmi merkezlerini özellikle Terör Evi Müzesi'ni ziyaret etmeye motive eden faktörleri bulmayı amaçlamıştır. Bu çalışmanın sonucunda ise en güçlü motive edici faktörün eğitim olduğu, duygusal ve eğitimsel güdülerin, karanlık miras ile güçlü bir şekilde ilişkili olduğu bulunmuştur. Kültürel mirasa ilgi, merak ve nostalji diğer motivasyonlardır.

Bir başka çalışmada Kang vd. (2012) Güney Kore Jeju Adası'ndaki 3 Nisan Barış Parkı'na gelen turistlerin deneyimlerini incelemiştir. Bu çalışma için karma bir yöntem oluşturulmuş ve 407 turiste ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucunda yükümlülüğün en büyük motivasyon kaynağı olduğu ve faydaya dayalı yaklaşımın, karanlık turizm çalışması için etkili bir çerçeve sunduğu bulunmuştur.

Isaac ve Çakmak(2014) ise aynı şekilde hüzün turizmi motivasyonlarını araştırmış bunun için Westerbork'a gelen ziyaretçilere anket uygulamışlardır. Çalışmaya göre ziyaretçilerin; kendini anlama, merak, vicdan, mutlaka görmesi gerektiği için ve özel olduğu için ziyaret ettiği sonucuna ulaşmıştır.

Miles (2014) ise Birleşik Krallık'taki belirli savaş alanları örneğini kullanarak kavramsal olarak 'karanlık' olarak tanımlanan bölgelerdeki turistlerin gerçek deneyimlerini öğrenmek amacıyla yaptığı çalışmada karma bir yöntem kullanmıştır. Sonuçlara bakıldığında ziyaretçilerin çok çeşitli deneyimlere sahip olduğunu, ancak bu bölgelerin turistler için "daha karanlık" yönlerinin dikkate alınmadığı ortaya çıkmıştır.

Yan vd. (2016) yaptıkları çalışmada hüzün turizmini neyin oluşturduğunu, hüzün turizm motivasyonlarını ve deneyimlerini incelemiştir. Yapılan araştırmanın sonucunda motivasyonların, deneyimleri kısmen etkilediği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra turistlerin karanlık olan destinasyona tepkisinin, duygusal turist deneyimlerini, bilişsel deneyimlerin etkilediğinden çok daha fazla etkilediği bulunmuştur.

Yerli çalışmalarda ise yoğun olarak teorik çalışmalar yapılmıştır. Yırık ve Seyitoğlu (2014) Sarıkamış'ın hüzün turizmi potansiyelini çalışmış ve Sarıkamış'ın mabetleşme süreci aşamalarını tamamladığı sonucuna ulaşmıştır.

Alili (2017) yaptığı çalışmada Türkiye'nin hüzün turizmi destinasyonlarının daha tanınır olması ve akademik anlamda bir farkındalık yaratmak için Avrupa'daki hüzün turizmi destinasyonları ile Türkiye'deki hüzün turizmi destinasyonlarını karşılaştırmıştır. Bu

karşılaştırma sonucunda Türkiye'ye hüzün turizmi için gelen turistlerin sayısının Avrupa'ya hüzün turizmine gelen turistlerin sayısından çok daha az olduğu ortaya çıkmıştır.

Bir diğer çalışmada Aksakallı vd. (2017) Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın potansiyelini incelemişlerdir. MacCannell'in mabetleşme süreci aşamalarının kullanıldığı çalışmada Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın adlandırma, sınırlandırma ve yükseltme aşamalarında olduğu görülmüştür.

Belli ve Özdemir (2018) Sinop Cezaevi'ne gitmiş ziyaretçilerin TripAdvisor'daki yorumlarından hareketle Sinop Cezaevine yönelik yorumları analiz etmiştir. Bu analizler sonucunda Sinop Cezaevini ziyaret edenlerin yarıya yakını bu destinasyonu çok beğendikleri ancak bazı katılımcıların destinasyonu bakımsız buldukları ortaya çıkmıştır.

Köleoğlu (2018) ise yaptığı çalışmada hüzün turizminin Gelibolu'daki yerel halk üzerindeki etkisini araştırmış ve kümeleme analizi yapılmıştır. Sonuçlara bakıldığında dört ayrı küme ortaya çıkmıştır. Bu kümelerden birincisinde yer alan grup muhafazakar gruptur. İkincisinde orta yaş grubunun üçüncüsünde genç kesimin ve son olarak dördüncüsünde ise düşük gelirli kesimin bulunmakta olduğu görülmüştür. Bu kümelerden sadece genç kesimin Gelibolu'daki hüzün turizmini olumlu gördüğü ancak diğer üç grubun hüzün turizminin olumsuz yönlerine dikkat çekmekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çetinsöz ise çalışmasında Ulucanlar cezaevi müzesine gitmiş olan turistlerin motivasyonlarını ve hislerini araştırmak için nitel bir çalışma yapmıştır. Yapılan çalışmada ziyaretçileri motive eden şeylerin yakın tarihi öğrenme, tarihe tanıklık etme, empati kurma ve anlama olduğunu ve ziyaretçilerin korku, özgürlüğün önemi duygusallık, şaşırma, etkilenme ve hüzünlenme gibi hisler yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde yer alan çok sayıda çalışmada da görüldüğü gibi hüzün turizmi araştırmacılar tarafından ilgi duyulan bir turizm türüdür. Bu nedenle birçok araştırma yapılmıştır. Ancak araştırmalar, genel olarak teorik çalışmalardan oluşmaktadır. Motivasyonlar, deneyimler gibi örneklem olarak turistleri ele alan çalışmalar daha az sayıdadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK

2.1.Kültür

Dil, din, normlar, değerler, örf ve adetler sarmalında insan, her davranışta içinde yaşadığı toplumun izlerini taşımaktadır. Küçük, büyük, gelişmiş, gelişmemiş her türlü insan topluluğu kendilerine ait bir kültürü paylaşmakta ve bu kültürün kurallarına göre konuşup, bu kültürün kurallarına göre hareket etmektedir (Duran, 2011: 292-293). Bunun yanı sıra kültürü yaratan yine insandır. Kültürün bu önemi, birçok toplumbilimcinin bu konu üzerinde düşünmesine sebep olmuş ve birçok tanım ortaya konmuştur¹. Ancak ilk kapsamlı tanım İngiliz bir antropolog olan Edward Burnett Tylor tarafından yapılmıştır. Tylor'a göre kültür "toplumun üyesi olarak insan türünün öğrendiği, edindiği, bilgi, sanat, gelenek- görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bütündür" (Güvenç, 2002: 54). Türkiye'de ise ilk sistemli tanımı yapan Ziya Gökalp olmuştur. Kendisi literatüre yeni bir kelime kazandırarak kültür yerine hars terimini kullanmıştır. Ziya Gökalp'e göre hars "yalnız bir milletin dinî, ahlâkî, hukukî, muakelevî, bedî, iktisadî ve fennî hayatlarının ahenkdar bir mecmuasıdır" (Gökalp, 1976: 25). Kültür ile ilgili tanımlar farklılık göstermektedir. Kültürün iyi anlaşılması için kültürün tanımları kadar özelliklerinin de iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu özellikler, birçok kaynakta farklılık göstermesine rağmen temel olarak aynı özellikleri içine almaktadır. Bu özelliklerden ilki, kültürün insanlar tarafından oluşturulmasıdır. İnsanlar ihtiyaçları, değerleri çerçevesinde bir kültürü oluşturmaktadır. Bazen başka kültürden alınan öğeler bir kültürüne entegre edilmekte, bazen ise kültürde var olan öğeler kültürden soyutlanmaktadır. Bir diğer özellik kültürün paylaşılr olmasıdır. Aynı kültürdeki insanlar ortak değerler, ortak ahlak anlayışı, ortak amaçlar etrafında toplanmaktadır. Ortak bir kültürü paylaşan insanlar, ortak değerleri paylaşmakta ve insanların eylemleri, bu değerler çerçevesinde anlam bulmaktadır. Bir diğer özellik ise kültürün öğrenilebilir olmasıdır. Kültür, üyesi olduğu bireylere doğuştan veya genetik olarak devredilmez. Kültür ancak gözlemleyerek ya da taklit ederek öğrenilmekte ve gelecek

¹ Ayrıca Bkz. Mümtaz Turhan, Kültür Değişimleri, Edebiyat Fak. Yay., İstanbul 1959, s.40.
Haviland, William A. Vd., Kültürel Antropoloji, Kaknüs Yayınları., İstanbul 2008, s 103.
Hançerlioğlu, Orhan, Toplumbilim Sözlüğü, Remzi Kitabevi., İstanbul 2001, s 250.
Erkal, Mustafa E. Sosyoloji (Toplum Bilimi), Der Yayınları., İstanbul 1993, s125.

nesillere aktarılmaktadır. Bununla bağlantılı olarak diğer özellik kültürün simgelere dayalı olmasıdır. Dil, en önemli simgesel boyuttur. Dil sayesinde kültür nesilden nesile aktararak yaşatılabilir (Yiğit, 2014: 2). Bir diğer özellik ise kültürün tümleşik olmasıdır. Toplumsal yapı ayrı ayrı özellikleri ile birlikte bir bütünü ve bir kültürü oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra kültür tarihi ve süreklidir. Gelecek nesillere aktarılan kültür bir sürekliliğe sahiptir. Ancak kültür değişmez değildir. Her yeni gelen nesil, kültürde önceden var olan bir ögeyi çıkartabilir veya daha önce o kültürde var olmayan bir ögeyi kendi kültüründe uygulayabilir. Bir miras olarak devralınan kültür devralındığı gibi kalmaz. Çünkü kültür, durağan bir yapıda değildir. Devingen olan kültür, zaman içerisinde iç veya dış etkilerle değişikliğe uğrar ve kültür sadece bu değişikliklere ayak uydurarak hayatta kalabilir (Haviland, 2008: 104).

2.1.1. Kültürü Oluşturan Unsurlar

Kültürün birçok unsuru vardır. Kültür, bu unsurlar ile birlikte var olabilir. Bu unsurlar yoksa kültür diye bir şeyin varlığından söz etmek pek mümkün değildir. Bu unsurlar;

Dil: “Dil, insanlar arasında anlaşmayı sağlayan tabii bir vasıta, kendi kanunları içinde yaşayan ve gelişen canlı bir varlık, milleti birleştiren koruyan ve onun ortak malı olan sosyal bir müessese, seslerden örülmüş muazzam bir yapı, temeli bilinmeyen zamanlarda atılmış bir gizli anlaşmalar ve sözleşmeler sistemidir” (Ergin, 1982: 14). Dil, bir miras olarak kültürün nesilden nesile geçmesini sağlayan bir araçtır (Öğüt, 2018: 35). Dil ve kültür ayrılmaz bir bütündür. Çünkü dil yoksa bir kültür, bir kültür yoksa bir dilin varlığından söz edilemez (Boylu, 2014: 20). Bir kültürün bireyleri dil sayesinde inançlarını, değerlerini, normlarını diğer bireylere aktarır. Bu sayede kültürün varlığı devam eder. Bu nedenle dil, kültür için çok önemli bir yere sahiptir.

Değerler ve normlar: Değerler, davranışları etkileyerek bireye yol gösteren, doğruyu, yanlış, iyiyi, kötüyü anlamayı sağlayan genel standartlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Yazıcı, 2014: 212; Öğüt, 2018: 40). Değerlerin özelliklerine baktığımızda kültür için ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Değerlerin özelliklerinden ilki paylaşılr olmasıdır. Değerler bir bireye değil bir topluma tabiidir, toplum için önemlidir ve ciddiye alınırlar. Bu değerlere uymayan ya da dikkate almayan bireyler toplumsal baskı görür, dışlanır ve cezalandırılırlar. Birey bulunduğu kültürün değerlerini küçüklükten itibaren öğrenir sonrasında yeni nesillere aktarır. Bu nedenle de süreklilik arz eder. Bu değerler, dil ve semboller ile aktarılmaktadır. Bu sayede nesilden nesile aktarılabilen ve yaşatılabilmektedir. Değerler değişebilir ve dinamik bir yapıya sahiptir. Bu özellikler

değerlerin bir kültür için önemini gözler önüne sermektedir. Normlar ise değerlere dayanan yaptırımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Her kültürde bireyin nasıl giyineceğine, ne yiyeceğine, nereye gidip nereye gitmeyeceğine normlar karar vermektedir. Bu normlar yasa ve yönetmeliklerle belirlenebilir ya da yazılı olmayan kurallar bütünü şeklinde oluşabilir. Her toplumda bu normlara aykırı davranışlar ceza ile ortadan kaldırılmaya çalışılmakta norma uyan davranışlar ödül ile pekiştirilmeye çalışılmaktadır. Bir kültürde bütün normlar eşit öneme sahip değildir. Büyüklerin yanında bacak bacak üstüne atmak ile vatana ihanet etmek aynı önemde değildir ve toplum tarafından aynı derecede cezalandırılmazlar (Yazıcı, 2014: 212).

Din ve inançlar: Kültür dini, din ise kültürü etkisi altına almaktadır. İnsan her zaman bir şeye inandırmıştır. Bazen putlara, bazen ağaca, dağa, gökyüzüne bazen ise Tanrı' ya her zaman bir inanç olmuştur. Bu inanç insanların davranışlarına, yediklerine, içtiklerine, giydiklerine kadar her şeyi etkilemektedir. Örnek vermek gerekirse domuz eti İslam dininde yasaktır. Bu İslam coğrafyasının yemek kültürünü etkilemektedir. Bayram namazı, cenaze namazı, ölülerin gömülmesi, büyüklere saygıda kusur edilmemesi gibi uygulamalar İslamiyet'in uygulamaları arasındadır ve kültürle birleşerek devam etmektedir. Bu ise kültür ve dinin etkileşiminin önemini göstermektedir. Bir dini kültürden, bir kültürü ise dinden ayrı düşünmek mümkün değildir (Okumuş, 2016: 277).

Semboller: Semboller, bir kültür için anlam ifade eden her şeydir. İnsanlar birlikte yaşama ve ait olma dürtüsü ile kendi kültürlerine ait semboller üretmişlerdir. Bu semboller kültüre özgüdür ve kolay kolay değiştirilemezler. Bu semboller bir kültürün bireylerine ve diğer insanlara aktarılmasını sağlayan işaretlerdir. Bir sembol kültürün bütün bireyleri tarafından aynı şeyi ifade etmektedir. Bu semboller, ait olduğu kültürdeki bireyleri birleştirmek ve diğer kültürlerden ayırmak için önemlidir. Bu da toplumsal bütünleşmeyi sağlamaktadır. Bayrak bir semboldür. Diğer kültürler için bir anlam ifade etmeyen ay-yıldız Türk kültürü için çok büyük bir anlama sahiptir. Ejderha denilince çoğu insanın aklına Çin kültürü gelmektedir. Kurt, bazı kültürlerde vahşilik anlamı taşırken bazı kültürlerde kahramanlığı sembolize etmektedir. Bu semboller kültürün ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır (Koca, 2010: 92-93).

Tutum: Tutumlar bir kültürde var olan bir olay veya duruma karşı nasıl davranacağımızı belirleyen düşüncelerdir ve kültürden kültüre değişiklik gösterir. Bir

insanın, bir kıyafet, bir yemek, bir fikir veya bir kurum hakkında nasıl düşüneceği kültüre göre değişiklik göstermektedir (Öğüt, 2018: 40).

Örf ve âdetler: Örf ve âdetlerin en önemli işlevi bir kültürde sosyal hayatı düzenlemesidir. Örf ve âdetlerin arasındaki fark, örfün âdete göre daha ciddi yaptırımları olmasıdır. Yanardağ'a göre örf, "belirli bir toplumun bireyleri arasında ortak, halk tarafından alışkanlık olarak uygulanan, bulunan yer ve durumun şartlarına göre teşekkül eden, akla uygun ve dince kabul edilen davranış kalıp ve kurallardır" (Yanardağ, 2017: 41). Bu davranışların yaptırımı ciddidir. Muhtaç olan anne-babaya bakmak, kul hakkı yememek gibi davranışlar örfleri oluşturmaktadır. Ancak âdetlerin yaptırımı yumuşaktır. Uygulanmadığı takdirde alay, küçümseme gibi davranışlarla cezalandırılmaktadır. Bunlar; resmi bir yerde resmi bir kıyafet giyinmek, sabah kalkınca eli ve yüzü yıkamak gibi davranışlardır. Örf ve âdetler bir kültürün davranışlarını kontrol etmek için önemli bir yere sahiptir (Yanardağ, 2017: 41).

Yasalar: Yasalar ise bir toplumda devletin gücü ile hazırlanmış kurallardır. Bu kurallar formeldir ve uygulanmadıkları takdirde ciddi bir şekilde cezalandırılırlar. Bu yasalar bir toplumun davranışlarını kontrol altına alarak bir düzen elde edilmesini sağlar. Bu ise toplumun bütünlüğünü ve sürekliliğini sağlar (Öğüt, 2018: 43).

2.1.2. Kültürün Çeşitleri

Kültür, tek bir öge olarak görünse de birçok parçası ve türü bulunmaktadır. Bu parçalar bir araya gelerek kültürü oluşturmaktadır. Kültürün çeşitleri şunlardır;

Genel kültür: Genel kültür adından da anlaşılacağı gibi bir toplumun genel davranışlarını, tutumlarını, değerlerini, sanatını, inançlarını içerisine alan kültürdür. Bir kültürün soyut ve somut bütün değerlerini ifade etmek için kullanılmaktadır (Aktan ve Tutar, 2007: 8). Genel kültür, alt kültürlerin birleşiminden doğmaktadır.

Alt kültür: Kültür, bir millette ortak bir unsur olarak var olsa da çoğu zaman alt unsurlardan oluşmaktadır. Çünkü bir kültür birçok alt kültürün birleşiminden meydana gelmektedir. Bir toplumun sahip olduğu ortak kültür dışında farklı gruplarda kültürel farklılaşmalar meydana gelmektedir. Bu farklılaşmalar alt kültürleri oluşturmaktadır. Bir Karadeniz kültürü ile bir Ege kültürü aynı gelenek ve göreneklere sahip olmayabilir. Bu alt kültürler birbirinden küçük farklarla ayrılabilen gibi birbirinden tamamen de farklılaşabilir. Bu farklılıklar olsa da genel kültürdeki bazı unsurlar bütün alt kültürler tarafından paylaşılırlar. Örneğin Karadeniz'in yemek kültürü ile İç Anadolu'nun yemek

kültürü aynı değildir. Ancak iki alt kültürde aynı dili konuşurlar, genel olarak aynı dine inanırlar ve aynı millettendirler. Bu değerler iki alt kültürün ortak değerleridir (Aktan ve Tutar, 2007: 8).

Maddi kültür: Maddi kültür, genel olarak bir kültürün sahip olduğu bilim ve teknoloji ürünü olan her şeyi kapsamaktadır. Maddi kültür; bir kültürün ne kadar gelişmiş olduğu, neye ne kadar önem verdiği, neye inandığı gibi soruların rahatlıkla anlaşılabilmesini sağlar. Sanat, mimari, araba, mobilya, antik kentler, kiliseler, saraylar, medreseler, camiiler maddi kültür olarak ele alınmaktadır. Kısacası bir kültüre ait el ile tutulabilir her şey maddi kültürün kapsamına girmektedir. Bir kültür, maddi kültür ile daha net bir şekilde anlaşılabilir (Tezcan, 2020: 27).

Manevi kültür: Manevi kültür, bir kültürün sahip olduğu elle tutulamayan kültürüdür. Bir kültürün sahip olduğu din ve inançlar, değerler, tutumlar, dil ve edebiyat, müzik ve estetik anlayışı bir kültürün manevi değerlerini oluşturmaktadır. Maddi kültür daha çok uluslararası bir niteliğe sahiptir. Örneğin arabalar uluslararası bir maddi kültür unsurudur. Ancak manevi kültür daha yerel ve ulusal bir nitelik taşımaktadır. Çocuk masalları, kahramanlık hikâyeleri, mit ve efsaneler buldukları kültürün manevi tarafını oluşturmaktadır (Aktan ve Tutar 2007: 9).

Karşı kültür: Alt kültürün bir türü olarak karşımıza çıkan karşı kültür, ait olduğu kültürün bir kısmının ya da tamamının ortadan kaldırılması veya değiştirilmesi talebinden doğan bir alt kültür olarak karşımıza çıkmaktadır. Buldukları kültürde mevcut uygulamaları eleştirerek, kendi kültürlerini oluşturarak hedefledikleri genel kültürü kendi alt kültürlerinde göstermeye çalışırlar. Bu nedenle çoğu zaman genel kültür içerisindeki inançlara, değerlere ve normlara karşıt görüşte oldukları için hoş karşılanmazlar. Genellikle gençler arasında yaşanan karşı kültür, geleneksel olandan kopma isteğiyle hareket etmektedir. Hippiler alt kültüre örnek olarak gösterilebilir (Öğüt, 2018: 49).

2.2.Kültürlerarası İletişim

Teknolojideki gelişme, küreselleşme ve benzeri unsurlar dünya kültürleri arasındaki sınırları ortadan kaldırmış, insanların kendi kültürlerinden uzaklaşarak dünyaya ve dolayısıyla başka kültürlerle ulaşabilmesine olanak sağlamıştır. Bu sayede kültürlerarası iletişimin önemi artmıştır. Kültürlerarası iletişim disiplininin tarihi, II. Dünya Savaşı sonrasında ABD’de kurulan “Foreign Service Institute’ye” dayanmaktadır. Ancak sonrasında kültürlerarası iletişim çalışmaları ABD’yi aşmış, uluslararası bir boyut

kazanmıştır. Daha önce de bu konu ile ilgili çalışmalar yapılmasına rağmen Hall, kültürlerarası iletişim terimini ilk kez “The Silent Language” adlı kitabında kullanmıştır. Bu nedenle kültürlerarası iletişimin akademik anlamda kurucusu, Edward T. Hall kabul edilmektedir (Sarı, 2004: 2-3).

Kültürlerarası iletişim, adından da anlaşıldığı üzere farklı kültüre sahip insanlar arasındaki iletişime işaret etmektedir (Öğüt, 2018: 50). Bu iletişim, her zaman olumlu bir doğrultuda ilerlemeyebilir. Bu noktada insan hayatında önemli bir yeri olan tutumlar devreye girmektedir. Belirsizlik, kaygı, etnik merkezilik, önyargı ve kalıp düşünceler olumlu bir iletişimin önüne geçebilirler (Kartarı, 2013: 34-38).

Kültürlerarası iletişimi olumsuz etkileyen en önemli etkenlerden biri kalıp düşünceler olarak stereotiplerdir. Stereotipler, mikro düşünüldüğünde başka gruplar, makro düşünüldüğünde ise başka ülke ve kültürler hakkındaki kalıp yargılardır. Genellikle diğer gruplar ile ilgili küçültücü nitelendirmelerden oluşmaktadır. Stereotipler 3 temel işleve sahiptirler. Bu işlevlerden ilki bilişsel işlevdir. Bilişsel olarak stereotipler dünyayı anlamlandırmada kullanılırlar. Bireyin işleyebileceği bilgi sınırlıdır. Birey bu sınırlı bilgiye stereotipleri ekleyerek dünyasını karmaşa ve bilinmezlikten uzaklaştırarak anlamlandırmaya çalışır. Bir diğer işlev, psikodinamik işlevdir. Bu işlev ise kişinin kendine ait olanı ve kendi benliğini savunma dürtüsü sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde birey, başka gruplarla ilgili stereotipler üreterek kendi benliğini ve kendi grubunu koruma altına almaktadır. Böylece kendini daha az tehdit altında hissetmektedir. Son olarak sosyokültürel işlev ise bireyin kültürü ve bu kültürün kuralları çerçevesinde üretilen stereotiplerdir. Bu şekilde birey, kendi kültürünün öğretilerini yayabilmekte ve öğretebilmektedir (Oyur, 2019: 79). Stereotipler ile ilgili çalışmalar sonucu ulaşılan sonuçlara göre (Harlak, 2000: 48-49);

- Büyük gruplarda oluşan stereotipler kolay kolay değişmezler. Ancak sosyal çevre, politika, ekonomi alanındaki değişimler sonucunda çok yavaş bir değişim göstermektedirler.
- Stereotipler küçük yaşlarda öğrenilmektedir. Stereotiplerin yönlendiği topluluk hakkında bilgi sahibi olmadan önce stereotipler öğrenilmektedir.
- Stereotipler, düşmanca davranışların azalmasında sorun teşkil etmemektedir.
- Stereotipler, düşmanlık eğilimi oluşturabilmektedir.

Stereotipler bir diğer anlamıyla kalıp yargılar, önyargıyı ve ayrımcılığı pekiştirirler (Hogg ve Vaughan, 2017: 71).

İnsanların etkili bir kültürlerarası iletişim kurmalarında önemli engellerden biri de önyargılardır. Önyargı, insanın belli bir niteliğe sahip olan bir grubu aşağı görmesi anlamına gelmektedir. Önyargılar 3 boyutta incelenmektedir. Bu boyutlar; bilişsel, davranışsal ve duygusal boyutlardır. Bilişsel boyut inançlardan oluşmaktadır. Duygusal boyut ise nefret, küçümseme gibi duygularla açıklanabilir. Son olarak davranışsal boyut ise bu duyguların davranışlara yansımalarıdır (Ercan, 2015: 16). Bu, kanun ve hükümlerle engellenmeye çalışılsa da tam olarak önüne geçilemeyen ayrımcılığa neden olmaktadır. Ayrımcılığın her türüsü belli bir nitelikteki bir grubun diğer bir gruptan daha aşağı ve küçük görülmesi sonucu dış gruba karşı farklı davranış olarak görülmektedir. Yaşçılık, cinsiyetçilik, ırkçılık, fiziksel bir özelliğe ya da engele bağlı ayrımcılık, cinsel tercihlere yönelik ayrımcılık bu ayrımcılığın sebeplerini oluşturmaktadır. Bu ayrımcılık, belli başlı davranışlara yol açmaktadır. Yardım etmemek, tokenizm, tersine ayrımcılık bu davranışlardan bazıları olarak karşımıza çıkmaktadır (Hogg ve Vaughan, 2017: 358-376). Bu nedenle stereotipler, kültürlerarası iletişimi olumsuz etkileyen bir etken olarak insan hayatında baskın bir şekilde bulunmaktadır.

Etnik merkezlik de kültürlerarası iletişimi olumsuz yönde etkilemektedir. İngilizce olarak “ethnocentrism” olarak kullanılan etnosentrizm ilk olarak 1906 yılında William Graham Summer tarafından açıklanmıştır. Summer’e göre etnosentrizm “Kişinin kendini, kendi kültürünü, kendi yaşam tarzını ve kendi etrafındakileri diğerlerinden daha üstün görmek” olarak tanımlanmaktadır (Summer, 1906: 13) Kendi kültürünü diğer insanların kültürlerinden üstün gördüğü için diğer kültürleri yargılamak etnosentrizmin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Levine ve Champbell etnosentrizmin bazı özelliklerini belirlemiştir. Bunlar; çeşitli grupları ayırt etme eğilimi; olayları grubun kendi çıkarları açısından algılamak; kendi grubunu evrenin merkezi olarak görmek ve yaşam tarzını diğerlerinden daha üstün görmek; diğer gruplardan şüphelenmek ve onları küçümsemek; kendi grubunu üstün, güçlü ve dürüst olarak görmek ve diğer grupları aşağı, zayıf ve dürüst olmayan sorunlu kişiler olarak görmek olarak ele alınmaktadır (Levine ve Champbell 1972’den aktaran Sharma vd., 1995: 27). Yukarıdaki özelliklerden de anlaşılacağı üzere, etnosentrizm diğer kültürlerle sağlıklı bir iletişim kurmak için büyük bir sorun teşkil etmektedir. Kendi kültürünü daha üstün ve diğer kültürleri daha aşağı görmek kurulan iletişimin sağlıklı olmasının önüne geçebilmektedir.

Kültürlerarası iletişimi etkileyen bir diğer unsur ise kaygı ve belirsizliktir. Kaygı tehdit edici bir unsur olarak görülmekte ve bireyi rahatsız etmektedir. İnsanlar, başka gruptan veya kültürden bir insanla bir araya geldiğinde veya iletişim kurmak gerektiğinde kaygı hissederler. Çünkü karşı grup veya kültürden bir insanın nasıl davranacağı tahmin edilemez bu ise insanın kaygı duymasına yol açar. Bu durum, insanın diğer bireylerle etkili iletişim kurabilmesi için kaygının azalması gerektiği anlamına gelmektedir (Oyur, 2019: 82).

2.3. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği

Günümüzde başka kültürlerle karşılaşma ihtimalinin artması ile birlikte bu karşılaşma sonucunda iletişimde nasıl bir yol izleneceği ve etkili iletişimin nasıl sağlanacağı ile ilgili sorular sorulmaya başlanmıştır. Bu nedenle bilim adamlarının iletişim yeterliliği ile ilgili çalışmaları yetersiz kalmış ve 1980'lerin başından itibaren çalışmalar kültürlerarası bir boyut kazanmaya başlamıştır (Chen ve Starosta, 2000)

Başlangıçta yurtdışına çıkan çalışanların daha etkili iletişim kurabilmesi için ortaya çıkan kültürlerarası iletişim yeterliliği oldukça karmaşık bir kavramdır. Birçok tanım ve model oluşturulmasına rağmen bu kavramı bütün yönleriyle açıklayacak bir model geliştirilememekte ve yapılan tanımlar kafa karıştırıcı bir hale dönüşmektedir (Chen ve Starosta, 2000). Tablo 2.1.'de kültürlerarası iletişim yeterliliği ile ilgili yapılmış olan bazı tanımlara yer verilmektedir.

Tablo 2.1. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Tanımları

Yazarlar	Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Tanımları
Taylor (1994)	Yabancınnın ev sahibi kültürün taleplerini etkin bir şekilde anlama ve yerine getirme bakış açısını değiştirerek uyarlayıcı kapasite geliştirdiği dönüşümsel bir süreç.
Chen ve Starosta (1996)	Etkileşimcilerin belirli bir ortamdaki çoklu kimliklerini belli bir ortamda tanıyan, kültürel anlamlar üzerinde müzakere etme ve uygun etkili iletişim davranışları uygulama yeteneği.
Alred ve Byram (2002)	Bilgilerini, tutumlarını ve davranışlarını diğer kültürlere açık ve esnek olacak şekilde değiştirme kapasitesi.
Deardorf (2006)	Kültürlerarası bilgi, beceri ve tutumlara dayanan kültürlerarası durumlarda etkin ve uygun şekilde iletişim kurabilme.
Spitzberg ve Changnon (2009)	Kültürlerarası iletişim yeterliliğini bir dereceye kadar farklı dünyayı ya da farklı duygusal, bilişsel ve davranışsal yönelimleri temsil eden insanlar arasındaki etkileşimin uygun ve etkili yönetimi

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Bu tanımlar, farklılık gösterse de ayrıntılı şekilde bakıldığında birçok benzer yönleri bulunmaktadır. Farklı kültürlerle etkileşim kurmanın kaçınılmaz olduğu 21. yüzyılda, kültürlerle etkili bir iletişim kurabilmek için kültürel farkındalık, empati, esneklik, iletişimsel yeterlilik gibi tutumlar ve başka kültürleri anlamayı gerektirmektedir (Penbek vd, 2009). Bu bağlamda kültürlerarası yeterlilik genel olarak “diğer kültürlerden olan kişilere ilişkin empati kurma yeteneği, o kişinin davranış ve düşüncelerini eleştirmeden anlamaya çalışma özelliği, etnomerkezcilikten uzak olmak kişileri farklılıkları ve benzerlikleriyle kabul etmek “olarak tanımlanabilir (Eğinli, 2012: 216).

Kültürlerarası yeterlilikle ilgili tanımlardaki karışıklık bu konu ile ilgili oluşturulan çalışmalara da yansımaktadır. Kültürlerarası iletişimde karşı kültürün dilini bilmenin yeterli olduğu konusundaki genel düşünce yanlış bir düşünce olmasının yanında yapılan çalışmalarla da desteklenmektedir. Kültürlerarası iletişim yeterliliği kazanma, sosyal ilişkiler gibi karmaşık konuları içerdiğinden uzun bir süreç ve aşamayı gerektirmektedir. En başta kişinin kendi kültürünün dışındaki kültürlerin farkına varması gerekmektedir. Başka kültürlerle saygı ve anlayışın başlangıç noktası buradan geçmektedir. İkincisi yanlış anlamalar ve yorumlamalar gibi olumsuzlukların iletişime zarar vermesine izin vermemektir. Çünkü farklı kültürlerden insanlar farklı düşüncelere sahip oldukları için birbirlerini çok rahat yanlış anlayabilmektedir. Son olarak ise kişinin olumlu iletişim kurmaya ve bu yeteneği kazanmaya gönüllü olması ile ilgilidir (Eğinli, 2012). Peki kişilerin bu kabiliyeti kazanmasını etkileyen faktörler nelerdir? Hangi unsurlar bu sözü geçen saygı ve anlayışın oluşmasını sağlayabilir? Bu soruyu cevaplamak için çeşitli çalışmalar yapılmış, birçok unsur belirlenmiş ve model oluşturulmuştur. Chen (1988), kültürlerarası iletişim yeterliliği için dört ana boyut belirlemiştir. Bunlar kişisel özellikler, iletişim becerileri, psikolojik adaptasyon ve kültürel farkındalıktır. Vuckovic (2008) ise daha geniş bir perspektiften bakarak kültürlerarası iletişim yeterliliği yeteneklerini; kültür, algı, rol, kimlik, iletişim tarzı ve kişilik olmak üzere altı unsur olarak belirlemiştir. Byram (1997), kültürlerarası iletişim yeterliliğinin dilsel yeterlilik, sosyo-dilsel yeterlilik, söylem yetkinliği ve kültürlerarası yeterlilikten oluştuğundan bahsetmektedir. Deardorff (2006) ise, kültürlerarası iletişim yeterliliğinin üç yeterlilik katmanından oluştuğunu ileri sürmektedir. Bunlardan temel bölüm olan birinci bölüm; saygı, açık fikirlilik, meraktan, ikinci bölüm bilgi ve beceriden son bölüm olan üçüncü bölüm ise uyarlanabilirlik, esneklik, etnik kökencilik ve empatiden oluşmaktadır. Ruben (1976) ve Kealey (1989) kültürlerarası iletişim sürecinde davranış ve becerileri içerisine alan davranışsal beceriler yaklaşımını

belirlemiş ve kültürlerarası iletişim yeterliliğinde bu unsurlar üzerinde durmuştur. Bu çalışmalarda davranışsal etkinliğin kültürlerarası iletişimin temel kriteri olduğu vurgulanmıştır. Bunlar; saygı gösterilmesi, etkileşim yönetimi, etkileşim duruşu, bilgiye yönelme, empati, öz- yönelimli rol davranışı ve hoşgörü dahil olmak üzere yedi unsurdan oluşmaktadır. Dinges ve Lieberman (1989) ve Parker ve McEvoy (1993) etkileşim sırasındaki durumun kültürlerarası iletişim yeterliliği derecesini etkilediğini savunmuştur. Ayrıca Spitzberg'in (2000) modeli de bilinen modeller arasında yer almaktadır. Spitzberg'e göre kültürlerarası iletişim yeterliliği üç sistemle bağlantılıdır. Bunlar; bireysel sistem, epizodik sistem ve ilişkisel sistemdir. Bireysel sistem; kişiyle, epizodik sistem etkileşimle, son olarak ilişkisel sistem ise iki kültür arasında etkileşimi etkileyen değişkenler ile ilgili unsurlardır (Arasaratnam, 2016). Spitzberg ve Cubach, kültürlerarası iletişim yetkinliğinin ölçülmesinde kişisel özelliklerin ve davranış becerilerinin eşit derecede önemli olduğunu savunmaktadır (Spitzberg ve Cubach'dan aktaran Chen, 2001).

Yukarıdaki çalışmalardan da anlaşılacağı gibi kültürlerarası iletişim yeterliliği çok geniş çaplı ve karmaşık bir konudur. Bu nedenle Chen ve Starosta (1996) kültürlerarası iletişim yetkinliğinin belirsizliğini eleştirmiş ve bu sorunun kültürlerarası eğitimlerin değerlendirilmesinde ve kültürlerarası iletişim yeterliliğinin ölçülmesinde zorluğa neden olduğunu belirtmiştir (Chen ve Starosta, 2000).

Chen ve Starosta, (2000), daha önce oluşturulan birçok modeli birleştirerek kültürlerarası iletişim yetkinliği modelini geliştirmiştir. Bu modele göre, kültürlerarası iletişim yetkinliği üç boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; kültürlerarası farkındalık, kültürlerarası beceri ve kültürlerarası duyarlılıktır. Kültürlerarası farkındalık, başka kültürlerin benzerlik ve farklılığını anlayabilmeyi içeren kültürlerarası iletişim yeterliliğinin bilişsel boyutudur. Bu boyut, öz farkındalık ve kültürel farkındalık olmak üzere iki bileşen içermektedir. Kültürlerarası beceri, kişinin karşı kültürden kişilerle iletişim kurarken iletişim hedeflerine ulaşma becerisini ifade eden kültürlerarası iletişim yeterliliğinin davranışsal boyutudur. Bu boyut, mesaj becerileri, uygun kişisel açıklama, davranış esnekliği ve etkileşim yönetimi olmak üzere dört bileşenden oluşmaktadır. Son olarak kültürlerarası duyarlılık, bir kişinin kültürlerarası farklılıkları kabul etme ve takdir etme konusundaki duygusal arzusunu ifade eden, kültürlerarası iletişim yetkinliğinin duygusal boyutudur. Boyut, altı bileşenden oluşmaktadır. Bunlar; özsaygı, özdenetim, empati, açık fikirlilik, etkileşimli ilişki ve önyargılı olmama olarak ayrılmıştır (Chen ve Starosta, 1996).

2.4.Kültürlerarası Duyarlılık

Kültürlerarası farkındalık yani bilişsel boyut, duygusal boyut olan kültürlerarası duyarlılığın temelidir ve bu ikisi davranışsal boyut olan kültürlerarası yeterliliğin oluşmasını sağlarlar (Chen, 1997). Ancak bazı araştırmacılar kültürlerarası duyarlılık ile kültürlerarası iletişim yeterliliğini aynı anlamda kullanmakta (Deardorff, 2015) ve bu, konuyu daha karmaşık bir hale dönüştürmektedir. Bu nedenle kültürlerarası duyarlılığın teorik çerçevesine geçmeden önce bu iki kavram arasındaki farkı açıklamak yararlı olacaktır. Kültürlerarası duyarlılık (IS) ile kültürlerarası iletişim yeterliliği (ICC) aynı kavramlar olmamasının yanında bir madalyonun iki yüzü şeklinde düşünülebilir (Medina ve Portilla, 2004). Çünkü kültürlerarası duyarlılık, kültürlerarası iletişim yeteneğinin olmazsa olmaz bir parçasını oluşturmakta ve onu tamamlamaktadır (Bekiroğlu ve Balcı, 2014). Diğer bir anlatımla kültürlerarası iletişim yeterliliğinin gelişmesinin anahtarı kültürlerarası duyarlılıktır. Daha büyük bir kültürlerarası iletişim yeterliliği ancak daha büyük bir kültürlerarası duyarlılıkla mümkün olmaktadır (Hammer vd., 2003). Ancak kültürlerarası iletişim yeterliliği, bireylerin yabancı bir bağlamda ortaya koydukları davranışları ifade ederken; kültürlerarası duyarlılık, bireyin kültürel farklılıklarla başa çıkma derecesini ve yeteneğini ifade etmektedir (Medina ve Portilla, 2004). Kültürlerarası duyarlılık bir kültüre maruz kalma ile otomatik olarak gerçekleşmez aksine kültürlerarası duyarlılığın gelişmesi için bireyin karşı kültüre bilişsel yönelimi söz konusu olmalıdır (Bennett, 2009). Bir başka anlatımla kültürlerarası duyarlılık “kültürel farklılıkları ayırt etme ve deneyimleme” anlamına gelirken, kültürlerarası iletişim yeterliliği ise “kültürlerarası uygun düşünme ve hareket etme yeteneği” anlamına gelmektedir (Hammer vd., 2003: 422).

Kültürel grupların birbirinden ayrı yaşamayıp aksine yoğun bir temas içinde olmaları iyi yönde değişmelere sebep olabileceği gibi çatışmaya dönüşebilecek düşmanlıklar da doğurabilmektedir. Farklı kültürden insanların bir araya gelmesi; dil ile ilgili sorunlar, önyargılar, etnosentrizm, geçmişte yaşanan çatışmalar gibi faktörlerden doğan olumsuz sonuçlara sebep olabilir (Hogg ve Vaughan, 2014: 629). Bu gibi durumların önüne geçilmesini ya da en azından azaltılmasını sağlayabilecek en önemli kavramlardan biri kültürlerarası duyarlılıktır. Kültürlerarası duyarlılığı fazla olan insanların etnosentrizme daha uzak (Dong vd, 2008) ve kültürlerarası durumlarla başa çıkmada daha donanımlı oldukları görülmüştür (Peng, 2006). Bronfenbrenner, Hording ve Gallway’in çalışması duyarlılık ile ilgili yapılan ilk çalışmalardan biridir. Buna göre genelleştirilmiş diğerine duyarlılık ile bireysel farklılıklara duyarlılık olmak üzere iki yetenek türü olduğu öne

sürülmüştür. Genelleştirilmiş bir diğerine duyarlılık kendi kültürünün normlarına karşı olan bir duyarlılık türüdür. Bireysel farklılıklara duyarlılık ise başkalarının davranışlarının, algılarının veya duygularının nasıl farklılık gösterdiğini anlama yeteneğidir. Bu türler arasında bireysel farklılıklara duyarlılık, kültürlerarası duyarlılığa en yakın yetenek türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Bronfenbrenner, Hording ve Gallway, 1958'den aktaran Chen, 1997). Tüm nitelikleri içeren bir tanım konusunda fikir ayrılığı olmasının yanında (Fatalaki, 2017) kültürlerarası duyarlılık ile ilgili birçok tanım ve bu kavramı ölçmek için birçok model ortaya atılmıştır. Bunlardan biri Bhawuk ve Brislin'in (1992) çalışmasıdır. Araştırmacılar kültürlerarası duyarlılığı kültürel farklılıklara ve bakış açılarına karşı duyarlı olmak olarak tanımlamıştır ve bu kavramı bireyci ve kolektivist kültürler perspektifinden incelemiş ve 46 maddeden oluşan kültürlerarası duyarlılık envanteri (ICSI) oluşturmuştur. Ancak Chen ve Starosta'nın kültürlerarası duyarlılık ölçeği ile Bennett'in kültürlerarası duyarlılık gelişim modeli bu konu ile ilgili öne çıkan en önemli iki model olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.4.1. Chen ve Starosta Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği

Kültürlerarası duyarlılık denilince ilk akla gelen modellerden biri Chen ve Starosta'ya aittir. Kültürlerarası duyarlılığı “bireyin kültürlerarası iletişimde uygun ve etkili bir davranışı teşvik eden kültürel farklılıkları anlama ve takdir etme yönünde olumlu bir duygu geliştirme yeteneği” olarak tanımlayan Chen ve Starosta (1997) kültürlerarası olarak hassas kişilerin, kültürlerarası farklılıkları anlamak, takdir etmek ve kabul etmek, kültürlerarası durumlarla başa çıkmak ve olumlu bir sonuç yaşamak için kendilerini motive etmeleri gerektiğini savunmaktadır. Bunun sağlanabilmesi için insanların bazı özellikleri taşıması gerekmektedir. Bunlar; özsaygı, özdenetim, açık fikirlilik, empati, etkileşimli ilişki ve önyargılı olmama şeklinde altıya ayrılmaktadır.

Özsaygı, bireyin kendisine duyduğu saygıyı ifade etmektedir. Kültürel açıdan hassas bir bireyin daha yüksek bir özgüveni vardır. Foote (1955)'e göre özsaygısı yüksek olan bireyler kişilerarası ve kültürlerarası bir ortamda daha iyimserdir. Kültürlerarası ortamlarda, kültürlerarasılığın yarattığı stres ile daha kolay başa çıkabilen özsaygısı yüksek bireyler diğer bireylere karşı daha iyimser daha saygılı bir iletişim kurabilir ve olumlu iletişimi daha kolay sağlayabilirler (Chen, 1997).

Özdenetim, bireyin kendisine farklı gelen kültürlerle karşılaştığında kontrollü davranması anlamına gelmektedir (Polat ve Rengi, 2014: 140). Bu bireyler, belli durum veya değişikliklere adapte olmak konusunda yetenekli bireylerdir. Özdenetimi yüksek bireyler

kültürlerarası durumlarda kontrollü davranarak bağlı olduğu kültürü ve birey olarak kendisini iyi gösterme konusunda hassas davranmaktadır(Chen, 1997).

Açık fikirlilik, başka kişilerin görüşlerine karşı hoşgörülü olma durumunu ifade etmektedir. Açık fikirli bireyler başkalarının düşüncelerine saygı duyarlar. Kültürlerarası hassas kişiler açık fikirlilikleri yüksek olan bireylerdir. Bu da açık fikirli bireyleri kültürlerarası iletişimde hoşgörülü ve uyumlu hale getirmektedir (Chen 1997).

Empati, kültürlerarası duyarlılığın en önemli unsurlarından biri olarak düşünülmektedir. Empati; kendisini başka insanların yerine koyabilme onlara karşı duyarlı olma olarak tanımlanmaktadır (Adler ve Towne, 1987: 95; Hogg ve Vaughan, 2014: 506). Benzerlik, empati kurma ihtimalini artırmaktadır. Birey kendine benzeyen bireylere karşı daha fazla empati kurma eğilimindedir (Hogg ve Vaughan, 2014: 506). Ancak kültür olarak farklı olan bireylere karşı kurulan empati kültürlerarası duyarlılığın oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Chen, 1997).

Etkileşimli ilişki; bir kişinin iletişim sürecindeki hassasiyetini vurgulamaktadır. Cegala (1981), etkileşimli ilişkinin insan etkileşim süreci için temel bir unsur olduğunu savunmaktadır. Etkileşimli ilişki; bir kişinin iletişimdeki duyarlılığı, algısı ve dikkati ile ilgilidir ve iletişimde duyarlı, algılaması ve dikkati iyi olan kişiler kültürlerarası iletişimi olması gerektiği gibi yönlendirebilen kişilerdir. Bundan dolayı etkileşimli ilişki, kültürlerarası duyarlılık için önemli unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Chen 1997).

Önyargılı olmama; önyargı genelde bir tutum olarak tanımlanır ve olumsuz grup stereotiplerine dayanmaktadır. Önyargı bizden olan ile onlardan olan arasında oluşmakta ve toplumsal olarak istenmeyen bir durumdur. Giriş bölümünde de bahsedildiği gibi bu iletişime büyük zararlar verir ve sağlıklı iletişim kurulmasının önüne geçer. Önyargı ile hareket eden bir kişi farklı kültürden kişileri, kendi kültüründen daha aşağı görmekte hatta bazı durumlarda dehümanize² etmektedir (Hogg ve Vaughan, 2014: 358). Bu da kültürlerarası olarak gerçekleştirdiğimiz iletişime yansımaktadır. Ancak önyargısız olarak bir kişiyi içtenlik ve anlayışla dinleyebiliriz. Bu nedenle kültürlerarası duyarlılıkta önyargılı olmama büyük önem taşımaktadır (Chen, 1997).

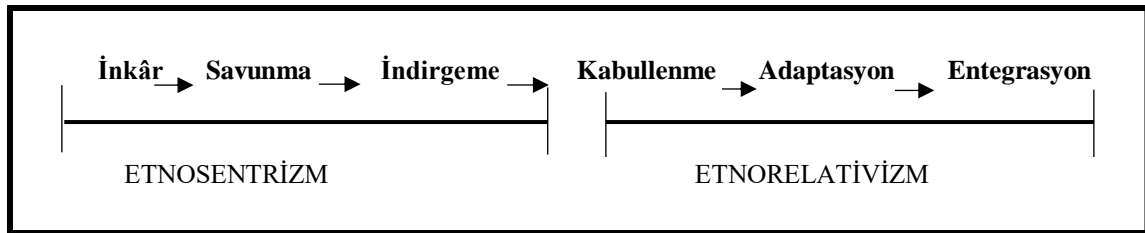
² “Ötekileştirmenin en ilkel şekli olan dehümanizasyon (gayriinsanileştirme), sosyalleşme sonucu düşmanı nefret edilecek bir nesneye dönüştüren psikolojik bir mekanizmadır.” (Çevikersaydı,2012: 75).

2.4.2. Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli (DMIS)

Milton Bennet (1993), özellikle eğitim alanında kültürlerarası duyarlılığı anlamak ve anlamayı kolaylaştırmak amacıyla bir çerçeve önermektedir. DMIS, kişinin kültürel farklılığın yorumlamasını, diğer kültürleri daha iyi anlamasını ve yeterliliği artırmasını sağlayarak dünya görüşünün bir parçası olabileceğini varsayar (Hammer vd., 2003). Bu model, insanların kültürel farkı az ya da çok karmaşık şekillerde deneyimlediği varsayımına dayanmaktadır (Bennet, 2014).

Bennett tarafından oluşturulan gelişim aşamaları, kişinin kültürel farklılıkları anlamada hangi aşamada olduğuna yönelik unsurlar sağlamaktadır. DMIS, altı gelişim aşamasından oluşan bir sürekliliği kapsamaktadır (Mellizo, 2017). İlk üç aşamadan oluşan farklılığa tepki aşamaları daha fazla etnosentriktir. Çünkü kişi kendi varlığının diğerlerinin de merkezinde olduğunu varsaymaktadır. Bu ırkçılık, grup içi ve grup dışı ayrımlar gibi etnosentrizmle alakalı sorunlara sebep olmaktadır (Mellizo, 2017). Bu aşamalar; İnkâr, savunma ve indirgeme'dir. Diğer üç aşama ise etnosentrizmin tam tersini oluşturan ve farklılığa açıklığı ifade eden etnorelativist aşamalardır. Bu aşamalar ise kabul, adaptasyon ve entegrasyon'dur. Altı aşama ayrı ayrı olarak değil belli bir sıralamayı izleyen doğrusal bir süreklilik şeklinde verilmektedir (Bennett, 1986). Şekil 2.1.'de bu çalışmanın da temelini oluşturan Bennett'in kültürlerarası duyarlılık gelişim aşamalarına yer verilmiştir.

Şekil 2.1. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Aşamaları



Kaynak: Bennett, 2004

İnkâr, kültürel farklılıklara karşı en düşük bilinçliliği ifade etmektedir. Bu aşamada kişi, kültürel farklılıkların bilincinde değildir ya da çok genel düzeyde bir algıya sahiptir (Bennett, 1986). Kendi kültüründe var olan davranışların diğer kültürlerde de olduğunu düşünürler (Bennett, 1998). Bu durum, sosyal ve fiziki izolasyon durumunda ortaya çıkabilir. Reddetmek "Parochialism" olarak da kullanılabilir ve bu, kültürel farklılıklarla sınırlı teması yansıtır (Bennett, 1986).

Savunma seviyesinde bulunan kişiler, kültürel farklılığı kutupsal bir şekilde yaşarlar. Bu aşamada kişi, kendi kültürü ile diğer kültürler arasında çok büyük farklılık olduğunu savunur. Bu farklılığın bilincinde olan kişi kendi kültürünü üstün görüp diğer kültürleri belli kalıpyargılara dayanarak aşağı görme eğilimindedir. Kendi kültürünü keskin sınırlarla koruma altına almaya çalışır. Bunun nedeni kişinin diğer kültürlerin, kendi kültürü için tehlike oluşturduğu düşünmesidir (Bennett, 1993).

İndirgeme aşamasında kişi kültürlerarası farklılıklardan ziyade, kültürlerarası benzerlikleri görme eğilimindedir. Benzerliklerin vurgulanması ile “hoşgörü” ortaya çıkar. Bu nedenle bu aşamada kültürel farklılıklar tanınır ve bir düzeye kadar tolere edilir. Ancak yine de bu farklılıklar iletişimin önünde bir engel olarak kabul edilir. Bu nedenle indirgeme, kültürlerarası duyarlılığa daha yakın bir aşama olmasına rağmen tam olarak kültürlerarası duyarlılığa erişildiğini söylemek bu aşamada güçtür (Bennett, 2017).

Kabullenme evresi, etnorelativizmin içindeki ilk aşamadır. Bu aşamada kişiler kültürel farklılıkları kabul eder ve saygı duyarlar (Bennett, 1998). Artık kültürel farklılıklar tehdit unsuru değildir. Bu aşamada artık kültürel farklılıkları anlamaya çalışma ve önyargıyı bir kenara koyarak araştırma vardır. Bu nedenle bu aşamanın anahtar kelimeleri “tanımak” ve “öğrenmek”tir (Bennett, 2017).

Adaptasyon aşamasında kişi, farklı kültürel çevre içinde rahatlıkla hareket edebilir ve farklı kültürlerle iletişim kurabilir. Bu aşamada empati duygusu yoğunluktadır. Kendi kültürünün tehlike altında olduğunu düşünmeden rahatlıkla hareket edebilmek bu aşamadaki kişiler için uygundur. Kişiler bu aşamada diğer kültürleri anlayabilmektedir. Bu nedenle bu aşamada öne çıkan anahtar kelime “anlama”dır (Bennett, 2017).

Etnorelativizmin son aşaması olan entegrasyonda kişi, kültürlerarası duyarlılığın doruk noktasındadır. Bu aşamada kişi, kültürel farklılıkları bir süreç olarak algılar ve bu farklılıklara uyum sağlar. Birden fazla kültürel çevreye uyumlu hissedebilir ancak tam olarak hiçbirini bütünüyle benimseyemezler. Bu noktada kişi kültürel farklılıkları, yaşamın vazgeçilmez bir parçası ve uyarıcı bir yönü olarak algılar (Bennett, 2017).

2.5.Kültürlerarası Duyarlılık ile İlgili Yapılmış Olan Çalışmalar

Kültürlerarası duyarlılık ile ilgili çalışmalara bakıldığında bu çalışmaların, gençlerin ve öğrencilerin üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Barron ve Dasli (2010) çalışmalarında turizm ve otelcilik yönetimi öğrencilerinin uluslararası öğrencilere karşı kültürlerarası duyarlılıklarını araştırmayı amaçlamış bu amaç doğrultusunda DMIS modelini kullanmıştır.

Sonuçlara bakıldığında öğrencilerin genel olarak kabullenme ve adaptasyon aşamasına daha yakın olduğu görülmüştür.

Inkeri Ruokonen ve Seija Kairavuori (2012) araştırmasının amacı 9. Sınıf öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılıklarını ölçmektir. Bunun için 1214 öğrenciye anket uygulanmış ve verilere göre öğrencilerin genel olarak etnorelativistik düzeyde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Paola Ruiz-Bernardo, María Luisa Sanchiz-Ruiz ve Jesús Gil-Gómez (2014) çalışmasında İspanya'da Castellon'da 15 ile 30 yaş arasındaki bireylerin kültürlerarası duyarlılığın ölçülmesi amaçlanmış ve bunun için 494 kişiye ulaşılmıştır. Chen ve Starosta'nın ölçeğinden uyarlanmış bir ölçek ile toplanan verilere göre gençlerin orta ile yüksek seviyede kültürlerarası duyarlılıkları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Rengi ve Polat (2014) yaptığı çalışmada öğretmenlerin kültürlerarası duyarlılığını ölçmüş ve bunun sonucunda öğretmenlerin kültürlerarası duyarlılıklarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Melanie Bloom ve Arturo Miranda (2015) çalışmalarında yurt dışına 4 haftalık eğitime giden öğrencilerin bu 4 hafta sonundaki kültürlerarası duyarlılık gelişimlerinin ölçülmesi amaçlanmış ve bunun için karma yöntem kullanılmıştır. Sonuç olarak bu dört haftanın sonunda öğrencilerin kültürlerarası duyarlılığında çok bir değişiklik olmadığı bulunmuştur.

Krillova vd. (2015) çalışmalarında gönüllü turistler üzerinde bir araştırma yapmış ve bunun için DMIS modelini kullanmışlardır. Sonuçlara göre gönüllü turistlerin kabullenme ve adaptasyon aşamalarına daha eğilimli oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Aksoy (2016) çalışmasında İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde, kültürlerarası iletişim dersi kapsamında bir araştırma yapmıştır. Bu çalışmada yöntem olarak Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ni kullanan Aksoy, bu çalışmanın sonucunda öğrencilerin çoğunun kendisini, kabul etme aşamasında algıladıklarını ve uyum sağlama basamağına karşı daha çekimser oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Bezirgan ve Alamur (2016) çalışmalarında turizm işletmelerinde çalışan personelin kültürlerarası duyarlılıklarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda cinsiyet ve medeni durum ile kültürlerarası duyarlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Kadınların erkeklere göre ve evlilerin bekârlara göre kültürel farklılıklara daha saygılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Saygılı ve Kana (2018)'nin çalışmasında yine öğretmenler üzerinde bir araştırma yapılmış ve öğretmenlerin kültürlerarası duyarlılıkları yüksek çıkmıştır. Sonuçlara göre, öğretmenlerin görüşlerinin; cinsiyet, hizmet içi eğitim alma, yabancı dil bilme, yurt dışında yaşama, çalışma yılı, eğitim durumu, bilinen dil sayısı değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Öğüt (2018) çalışmasında halkın kültürlerarası duyarlılıklarını, etnikmerkezciliklerini yaşam doyum ve mutluluk düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. Sonuçlara bakıldığında farklı ülkelerden tanıdıkların olup olmamasına, yurt dışına daha önce gitme durumuna, farklı ülkelere arkadaşına sahip olma durumuna göre etnikmerkezcilik düzeyinde anlamlı değişiklikler olmaktadır. Farklı ülkelerin medyasını takip etme, dil bilme, sosyal medyadan yabancılarla iletişim kurma sıklığı, başka bir ülkede yaşama isteğine göre ise kültürlerarası duyarlılık değişiklik göstermektedir.

Tezcan'ın (2020) turist rehberleri üzerinde yaptığı çalışmada, turist rehberlerinin kültürlerarası duyarlılıkları etnikmerkezciliklerinden daha yüksek çıkmıştır. Tezcan (2020) çalışmasında turist rehberlerinin yetiştikleri coğrafi bölgeler ve yetiştikleri yerleşim birimleri arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışmaya göre, kültürlerarası duyarlılık düzeyi en fazla olan katılımcılar yurtdışında yetişen katılımcılardır. Etnikmerkezcilik düzeyi en yüksek katılımcılar ise Güney Doğu Anadolu bölgesinde yetişen katılımcılardır. İl merkezinde yetişen katılımcıların kültürlerarası duyarlılık düzeyleri daha yüksekken, köy ve ilçelerde yetişen katılımcıların etnikmerkezcilik düzeyleri daha yüksek çıkmıştır.

Gülduran vd. (2020) çalışmalarında turizm işletmeciliği alanında lisansüstü eğitim alan öğrencilere kendilerini DMIS modelinde hangi boyutta gördükleri sorulmuş ve sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğunun kendilerini etnorelativizm aşamasının adaptasyon boyutunda gördükleri ortaya çıkmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DAVRANIŞ NİYETİ

3.1. Davranış Niyeti

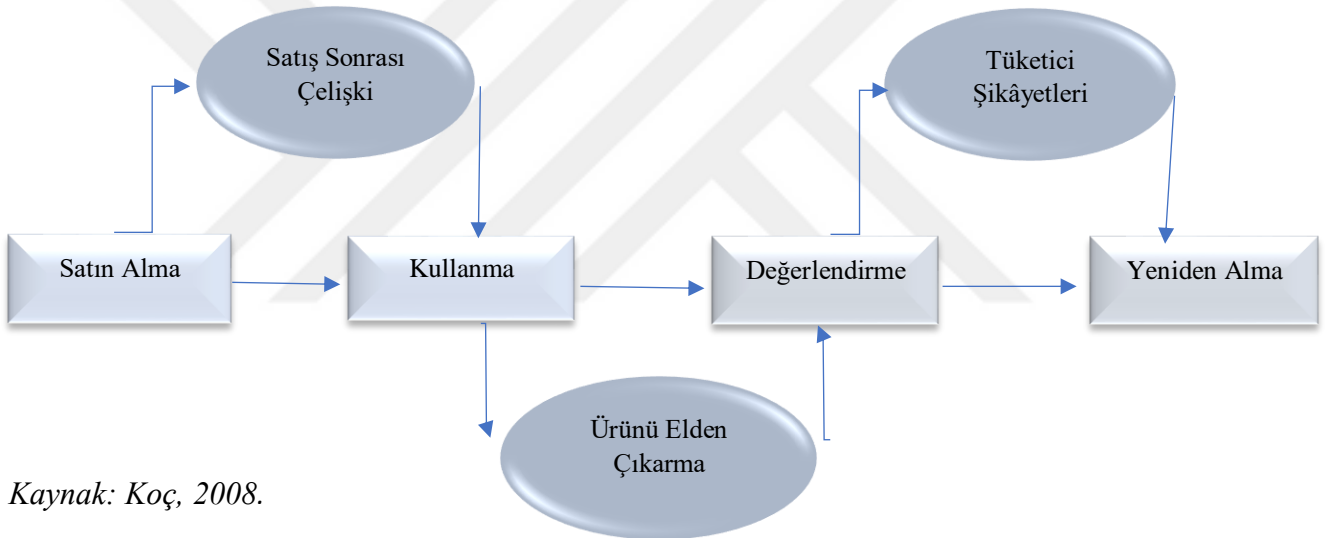
Müşterinin satın aldığı ürün veya hizmetten edindiği tatmin veya tatminsizlik davranış niyetine yansımaktadır. Davranış niyeti, müşterinin işletmeyle devam edip etmeyeceğini veya işletmeyi diğer insanlara önerip önermeyeceğini gösteren işaretler olarak değerlendirilebilir (Zeithaml vd., 1996: 33). Başka bir değerlendirme ile davranış niyeti, müşterinin satın aldığı ürün veya hizmeti gelecekte de talep edip etmeyeceğini gösteren davranışlardır (İlban vd., 2016: 185). Aslında bir psikoloji terimi olan davranış niyeti, tüketici davranışını açıklamak için de kullanılmaya başlanmıştır. Tüketici davranış çalışmaları önemli bir rol oynayan davranış niyeti, birçok araştırmacı tarafından açıklanmıştır. Zeithaml vd. (1996) davranış niyetini olumlu ve olumsuz olmak üzere iki şekilde sınıflandırmıştır. Olumlu davranış niyeti, müşterileri olumlu ağızdan ağıza iletişim, sadakat davranışı, daha fazla ödemeye gönüllü olma ve tavsiye etme davranışlarını içermekte; olumsuz davranış niyeti ise müşterileri olumsuz ağızdan ağıza iletişim, dış kurumlara şikâyet gibi davranışlara yönlendirmektedir. Bir diğer çalışmada Smith vd. davranış niyetini; ekonomik davranışlar ve sosyal davranışlar olarak iki sınıfa ayırmıştır. Ekonomik davranışlar işletmeye parasal etkisi olan davranışlardır. Bağlılık, fazla fiyat ödemeye gönüllü olmak vb. bu davranışlara örnek gösterilebilir. Şikâyet davranışı, olumlu ya da olumsuz reklam gibi mevcut müşterinin davranışlarını etkileyen davranışlar ise sosyal davranışlardır. Başka bir çalışmada ise Bush vd. davranış niyetini; şikâyet davranışı, olumlu duyurum ve marka sadakati olmak üzere üç boyutta incelemiştir (Varol, 2015: 34-35). Zeithalm vd. (1996) yaptıkları çalışmada davranış niyetini beş boyut altında incelemiştir. Bunlar; sadakat, işletmeyi değiştirme, daha fazla ödeme, dışa yanıt ve içe yanıt. Sadakat boyutu işletmeye tekrar gelme niyeti ve tavsiye niyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmeyi değiştirme davranışı, işletmeden uzaklaşma, o işletmeyle daha az iş yapma ve rakiplere doğru kayma niyetini temsil etmektedir. Daha fazla ödeme, fiyata karşı duyarlılığın azalması ve fazla ödemeye gönüllü olmak anlamlarına gelmektedir. Dışsal yanıt işletmeden alınan ürün veya hizmeti farklı yerlere şikâyet etmek anlamına gelmektedir. Son olarak içsel yanıt ise işletmenin kendisine yapılan şikâyet anlamına gelmektedir. Genel olarak bakıldığında literatürde davranış niyeti, tekrar ziyaret niyeti, arkadaş veya yakınlarla şikâyet

ve işletmenin gönüllü reklamını yapma olmak üzere 3 grupta toplanmaktadır (İlban vd., 2016: 185).

3.1.1. Tekrar Ziyaret Niyeti

Günümüze kadar birçok bilim insanı tekrar ziyaret niyetini incelemiştir (Arıcı, 2018). Tekrar ziyaret etme davranışı, tekrar satın alma davranışının turizm sektörü için kullanılan hali olarak karşımıza çıkmaktadır. Satın alma süreci; tüketicinin ürünü alması, kullanması ve ürünün değerlendirmesi olarak sıralanmaktadır. Eğer ürünün değerlendirilmesi sürecinde tüketici memnun kalırsa aynı ürünü ve hizmeti tekrar satın alma eğilimi gösterebilmektedir (Karakan, 2019: 60). Şekil 3.1.'de satın alma sonrası tüketici davranışı modeli gösterilmektedir.

Şekil 3.1. Satın Alma Sonrası Tüketici Davranışı



Kaynak: Koç, 2008.

Tekrar ziyaret nedeni ise turistin aynı hizmet, ürün, mal, marka veya destinasyona tekrar gitmesi, aynı yerden ürün veya hizmeti tekrar alması şeklinde tanımlanmaktadır (Arıcı, 2018: 56). Gitelson ve Crompton (1984: 201) ilk defa destinasyona tekrar ziyaretin önemini vurgulamıştır. Turizm açısından bakıldığında ise tekrar satın alma niyeti, tekrar ziyaret etme niyetine dönüşmektedir. Tekrar ziyaret niyeti, turistin aynı ürün, hizmet veya destinasyonu tekrar ziyaret etmesi ve aynı yerden tekrar satın alımı yapması anlamını taşımaktadır. Destinasyonlar, tekrar eden ziyaretçilere ihtiyaç duymaktadır (Gitelson ve Crompton, 1984: 201). Çünkü destinasyonun gelişimi, tekrar eden ziyaretlere bağlıdır. Ancak diğer sektörlerle kıyasla turizm sektöründe turistlerin tekrar ziyaret etme davranışını sağlamak daha zordur. Bunun nedeni turistik ürünlerin farklılık göstermesi, her turist

kendine özel istek ve ihtiyaçlarının olması (Kahraman, 2019: 71) ve turizm ürününün birleşik yapıda olmasıdır. Bu özellikler ziyaretçiler hakkında yeterli bilgiye sahip olunamamasına sebep olmaktadır. Bu nedenle turistlerin neden aynı destinasyonu tekrar ziyaret ettiği, hangi tür turistlerin tekrar ziyaret etme potansiyelinin olduğu, seyahat deneyiminin gelecekteki satın alma davranışını nasıl etkilediği bilinmemektedir (Hu, 2003: 55). Bunun yanısıra yapılan birçok araştırmanın ışığında destinasyon imajının, turist memnuniyetinin, tavsiyenin, servis kalitesi ve destinasyon sadakatinin tekrar ziyaret etme davranışını etkilediği bulunmuştur (Kahraman, 2019: 72). Destinasyonu tekrar ziyaret etme davranışına etki eden faktörler literatürde belirtilmiştir (Oppermann, 2000: 80). Bunlar;

- Riskten kaçınma
- Aynı tür insanlarla karşılaşma
- Destinasyona karşı duygusal bağlılık
- Destinasyonu başkalarına da göstermedir

Memnuniyetin ölçütü tavsiye ve tekrar ziyaret niyetidir. Bu nedenle tekrar ziyaret niyeti turizmde büyük öneme sahiptir. Tekrarlanan ziyaretler birçok faydayı da beraberinde getirmektedir. Bu faydalar (Çetin, 2015: 40) ;

- Turist memnuniyetinin sağlanıp sağlanmadığını görme
- Yakınlara tavsiye niyeti
- Gelecekte aynı destinasyonu ziyaret etme ihtimalinin artması
- Pazarlama maliyeti açısından tekrar ziyaret edenlerin, ilk kez ziyaret edenlerden daha az maliyetli olması olarak belirtilmektedir.

Bu faydalar destinasyon pazarlaması için gerekli olan unsurlardır. Bu nedenle işletmeler ve araştırmacılar tekrar ziyaret niyeti konusuna ilgi göstermektedirler.

3.1.2. Tavsiye Niyeti

Olumlu ağızdan ağıza iletişim ise iyi bir destinasyonun ve turizm işletmesinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Müşteri memnuniyetinin göstergelerinden biri olan tavsiye niyeti, hizmetin özelliklerinden dolayı turizmde çok daha büyük önem kazanmaktadır. Yakınlara tavsiye niyeti kavramının içinde değerlendirilen ağızdan ağıza iletişimin bu kadar önemli olmasının birçok sebep vardır. Bunlardan bazıları (Haywood, 1989: 55-56);

- Hizmetin özelliğinden dolayı tüketiciler satın alma öncesi güvenilir bilgiye ihtiyaç duyarlar
- Hizmetlerin özellikleri gereği hizmeti sunan taraf ile tüketici arasında sürekli bir etkileşim bulunmaktadır. Sunumlar tekrar yaratılmadığı için tüketiciler başkalarının sözlerine ihtiyaç duyarlar.
- Tüketicilerden bilgi edinmek için ağızdan ağıza pazarlamanın önemi büyüktür.

Bu nedenlerden dolayı turizm pazarlamasında tekrar ziyaret ve tavsiye niyeti önemli bir konumdur. Çünkü bu davranışlar turistik bir ürün, hizmet veya destinasyonun turistler tarafından beğenilip beğenilmediğinin en açık kanıtları olarak görülmektedir. Bu iki davranış ve nedenleri araştırılarak turistin ne istediği ve nasıl istediği belirlenerek bu konuda nasıl gelişme sağlanacağı planlanabilir. Bu şekilde turistin ilgisi daha fazla çekilebilir.

3.2. Davranış Niyeti İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Turist memnuniyetinin, tekrar ziyaret niyetinin ve tavsiye niyetinin, turizm sektörü açısından önemi araştırmacıların bu konu üzerine birçok araştırma yapmasına sebep olmuştur. Ryon 1995’de yaptığı bir çalışmada Mayorka adasına giden turistlerin sadece üçte birinin adayı ilk kez ziyaret ettiğini bulmuştur. Bu çalışmanın sonucunda riskten kaçınma teorilerinin ve destinasyon tatmininin tekrar ziyaret niyetinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Oppuman, 2000: 80).

Duman ve Öztürk (2005) çalışmalarında destinasyon bazında hizmet kalitesi algıları, fiyat algıları, genel tatil memnuniyeti ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Kızkalesi destinasyonunda 231 yerli turiste anket uygulanmış ve analizler sonucunda turist memnuniyetini konaklama yeri ve yiyecek içecek hizmetlerinin ve misafirperverliğin etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra tekrar ziyaret niyeti açısından bu iki faktör dışında aktivite ve hizmetler de önemli göstergeler olarak bulunmuştur.

Okello ve Yerian (2009) çalışmalarında Tanzanya’nın Kuzey turist bölgesini ziyaret eden 185 turist ile görüşme yapılmıştır. Çalışmada memnuniyetin yüksek olduğu ve turistlerin % 86’sının tekrar ziyaret etmeye istekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Lee vd. (2011) çalışmalarında Çinli turistlerin beklentileri, motivasyonları, memnuniyetleri, şikayetleri, sadakatleri ve tur kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Turist beklentilerinin turun algılanan kalitesi üzerinde olumsuz etkisi olduğu ancak turist

motivasyonunun algılanan tur kalitesi üzerinde olumlu bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte algılanan tur kalitesinin turist memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Memnuniyet ve turist şikayetleri arasında ters bir ilişki vardır. Ayrıca memnuniyet ve sadakat arasında pozitif bir ilişki vardır. Şikayet sayısı ne kadar fazlaysa sadakat seviyesi de o kadar düşük olmaktadır.

İnan vd. (2011) çalışmalarında bilişsel imajın destinasyon imajı üzerindeki etkisini ve bu imajın kruvaziyer turistlerin destinasyon tavsiye niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesini amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucuna göre destinasyonun genel imajının tavsiye niyetinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çoban (2012) destinasyon imajının memnuniyet ve sadakat üzerinde ki etkisini belirlemek için bir çalışma yapmıştır. Bunun için Kapadokya ya gelen 170 turiste anket uygulanmıştır. Sonuçlara göre bilişsel imaj ve duygusal imaj memnuniyeti etkilemiştir. En önemli destinasyon imajı faktörlerinin turist çekiciliği ve turistik alt yapılara erişim olduğu görülmüştür. Duygusal imajın da memnuniyet üzerinde etkisi vardır. Turist çekiciliğinin, memnuniyeti ve sadakati kısmen etkisi olduğu bulunmuştur.

Munhurrin ve Naidoo (2015) çalışmalarında destinasyon imajı ile algılanan değer arasındaki ilişkiyi arttırmak ve turist memnuniyetini etkileyebilecek ve dolayısıyla turist sadakatini etkileyecek yapıları deneysel olarak test etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda turiste toplam 370 anket uygulanmıştır. Sonuçta destinasyon imajının algılanan değeri ve memnuniyeti doğrudan etkilediği bulunmuştur. Destinasyon imajının ayrıca sırasıyla algılanan değer ve memnuniyet ile sadakati dolaylı olarak etkilediği bulunmuştur. Turistlerin algılanan değerinin memnuniyetlerini doğrudan etkilediği ve memnuniyetin destinasyona bağlılık üzerinde doğrudan etkisi olduğu bulunmuştur.

Eid ve El-Gohary (2015) Müslüman turistlerin algılanan değeri ile Müslüman turistin memnuniyeti arasındaki ilişki ve etkisini araştırmayı amaçlamışlar. Bunun için 537 Müslüman turiste anket uygulamışlardır. Bu çalışmanın sonucunda altı boyut ortaya çıkarılmıştır. Bu boyutlar kalite, fiyat, duygusal değer, sosyal değer, İslami fiziksel özellik ve İslami fiziksel olmayan özellik değeri olarak sıralanmıştır. Bu boyutların Müslüman turist memnuniyeti üzerinde olumlu etkileri olduğu ve dindarlığın Müslüman turist memnuniyeti ve davranışın üzerinde önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hultman vd. (2015) destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve turist varış yeri özellikleri arasındaki ilişkileri ve bunların olumlu kulaktan kulağa yayılma ve yeniden

ziyaret etme niyetlerini etkilemede ne kadar önemli olduğunu araştırmaktadır. Bunun için 490 Tayvanlı turistten en son ziyaret ettikleri destinasyon hakkında bilgi almaktadır. Sonuçlara göre destinasyon kişiliğinin turist memnuniyetini, turist varış yeri özelliklerinin tanımlanmasını olumlu kulaktan kulağa yayılma ve tekrar ziyaret etme niyetini desteklediği bulunmuştur. Memnuniyetin ağızdan ağıza pazarlamayı teşvik ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Beybala (2015) çalışmasında hizmet kalitesi, destinasyon imajı algısı ve tkerar ziyaret niyeti arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Bunun için evren olarak termal turizme katılan turistler seçilmiştir. Balçova ve Gönen bölgelerindeki otellerde 343 termal turiste anket uygulanmış ve veriler analize tabî tutulmuştur. Araştırmanın sonucunda hizmet kalitesi, destinasyon imajı ve tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmaya göre destinasyon imajının, hizmet kalitesi ile tekrar ziyaret niyeti arasında aracılık etkisi bulunmaktadır.

Chi ve Qu (2018) çalışmada, destinasyon imajı, turist niteliği, genel memnuniyet ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamışlardır. Bunun için Evraka Springs de bulunan 345 turiste anket uygulanmıştır. Sonuçlara göre, destinasyon imajının memnuniyeti doğrudan etkilediği, destinasyon imajının ve özellik memnuniyetinin öncüleri olduğu ve genel memnuniyetin ve nitelik memnuniyetinin destinasyon sadakati üzerinde doğrudan ve olumlu etkisi olduğu bulunmuştur

Akay ve Özöğütçü (2019) çalışmalarında turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının tavsiye niyeti üzerindeki etkisini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Bu doğruluda anket yöntemiyle 430 turist rehberinden veriler toplanmış ve analiz uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda gastronomi bilgisinin ve algının tavsiye niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kafa ve Korkmaz (2020) çalışmalarında Gökçeada'yı ziyaret eden turistlerin Gökçeada algılarını tespit etmeyi ve bu algının davranış niyetine etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Bunun için anket yöntemiyle 246 katılımcıya ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucunda algının eğlencenin davranış niyetini pozitif yönde etkilediği bulunmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA TURİSTLERİN KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK GELİŞİMLERİNİN DAVRANIŞ NİYETİNE ETKİSİ: GELİBOLU ÖRNEĞİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kültürlerarası iletişimin yoğun olması turizmin özelliklerinden biridir. Bu iletişim sürecinde turistlerin gittikleri yerlerde karşılaştıkları olumlu, olumsuz ya da yansız davranışlar turistlerin davranışlarında, tekrar gelme niyetlerinde ve tavsiye niyetlerinde etkili olmaktadır. Bu çalışmada Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na gelen yerli turistlerin yabancı turistlere karşı kültürlerarası duyarlılıklarının etnosentrizm ve etnorelativizm aşamalarından hangisine daha fazla eğilimli oldukları ve bu eğilimin davranış niyetine olan etkisinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Çanakkale- Gelibolu hüzün turizmine katılan yerli turistlerin orada karşılaştıkları başka kültürden turistlere karşı tutumları Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli çerçevesinde ölçülerek bu gelişimin davranış niyetine etkisinin belirlenmesine çalışılacaktır. Çalışmanın sonucunda yerli turistler etnosentrizm aşamasındaysa bunu değiştirmek; etnorelativizm aşamasındaysa bunu pekiştirmek için öneriler sunulacaktır. Buna göre bu çalışmada aşağıdaki sorulara cevap bulunmaya çalışılacaktır.

1. Yerli turistlerin kültürlerarası duyarlılıkları hangi seviyededir?
2. Yerli turistlerin kültürlerarası duyarlılıkları demografik özelliklere göre değişiklik göstermekte midir?
3. Yerli turistlerin kültürlerarası duyarlılıklarının tavsiye niyetine etkisi var mıdır?
4. Yerli turistlerin kültürlerarası duyarlılıklarının tekrar ziyaret niyetine etkisi var mıdır?

Literatüre bakıldığında hüzün turizminde kültürlerarası gelişimi ölçen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Yerli literatüre baktığımızda ise hüzün turizmi ile kültürlerarası gelişimi etnosentrizm ve etnorelativizm kapsamında ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte turist-yerli halk çalışmaları çok yoğun olarak literatürde yer almasına rağmen turist-turist etkileşimine çok nadir rastlanmış olunması tezin önemini oluşturmaktadır.

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

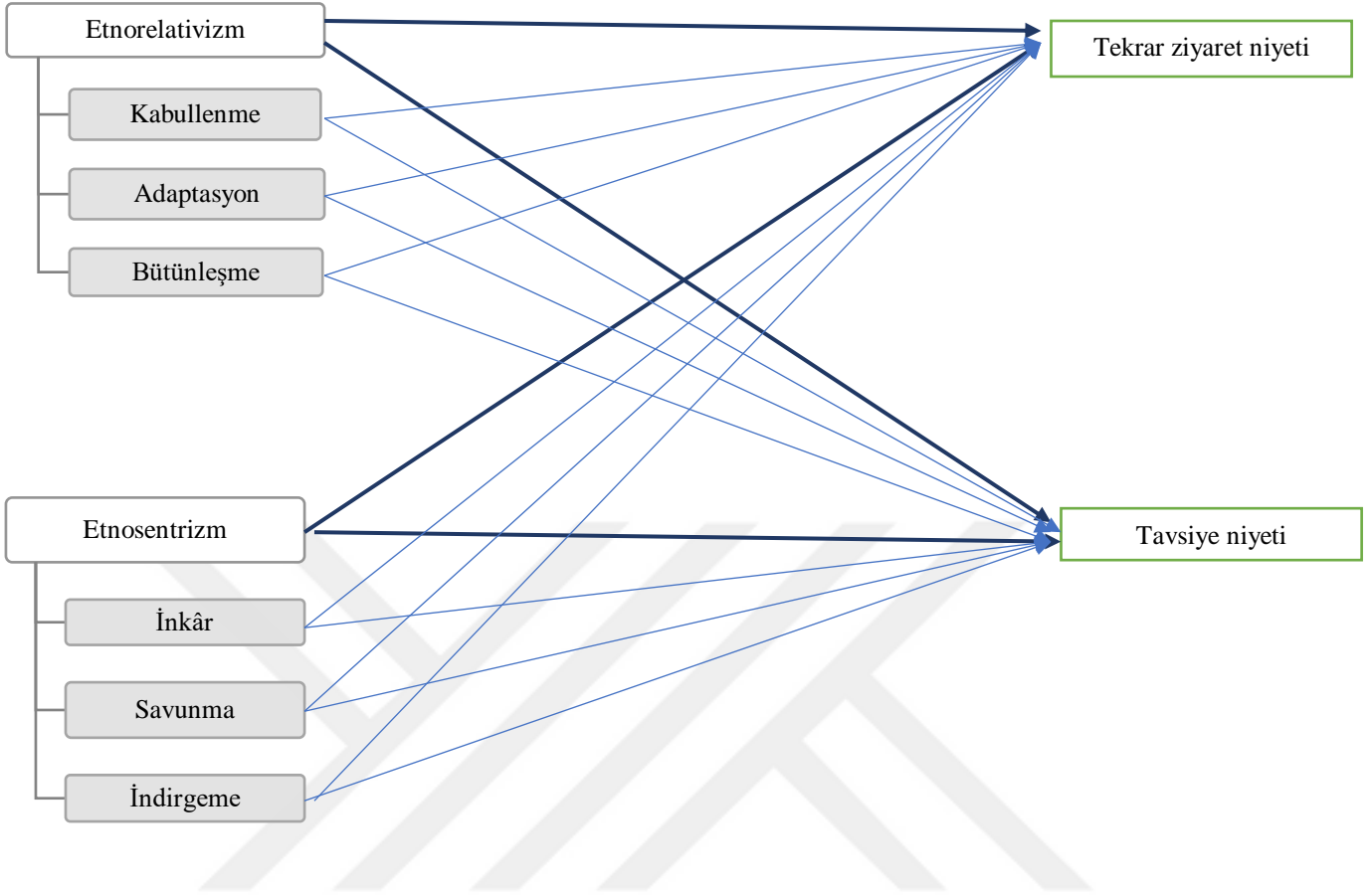
Araştırmanın evreni, Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na en az bir defa gitmiş olan yerli turistleri kapsamaktadır. Bu destinasyonun seçilmesinin nedeni milli duyguların yoğun olarak yaşandığı bir destinasyonda yerli turistlerin yabancı turiste karşı olan duygularını belirlemektir. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak hem yüz yüze hem de internet aracılığıyla 419 kişiye ulaşılmıştır. Ancak katılımcıların eksik bilgi vermesi, Gelibolu'ya gitmemiş olması gibi sebeplerle 419 anketten 389 katılımcının formu geçerli sayılmıştır.

4.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Araştırmada ankete katılan katılımcıların evreni temsil ettiği ve araştırmada ulaşılan katılımcı sayısının araştırmayı gerçekleştirebilecek kadar yeterli olduğu varsayılmıştır. Bununla birlikte katılımcıların anket sorularını dikkatli ve dürüst bir şekilde cevapladığı varsayılmaktadır. Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da belli sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu sınırlılıklardan ilki araştırmanın örnekleminin sadece Çanakkale Gelibolu'ya hüzün turizmi amacıyla gelen yerli turistlerden oluşmasıdır. Bir başka sınırlılık ise araştırmanın gerçekleştirilmesi aşamasındaki zaman sınırıdır.

4.4. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı ziyaret eden yerli turistlerin kültürlerarası duyarlılıklarının davranış niyetlerine olan etkisi bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Turistler diğer turizm türleri göz önüne alındığında, hüzün turizmine katıldıklarında daha hassas davranabilirler. Bu, yabancı turiste karşı düşmanlık gösterme ya da tam tersi empati duymalarına sebep olabilir. Bu davranışlar turistlerin davranış niyetlerini etkileyebilir. Araştırma konusu bu unsurlardan oluşmaktadır. Çalışmada kültürlerarası duyarlılık ve davranış niyeti çerçevesinde bir model oluşturulmuş ve hipotezler belirlenmiştir.



H₁. Etnosentrizmin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1a}. İnkârın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b}. Savunmanın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c}. İndirgemenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂. Etnosentrizmin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2a}. İnkârın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2b}. Savunmanın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2c}. İndirgemenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃. Etnorelativizmin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3a}. Kabullenmenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3b}. Adaptasyonun tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3c}. Bütünleşmenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

- H4. Etnorelativizmin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- H_{4a}. Kabullenmenin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- H_{4b}. Adaptasyonun tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- H_{4c}. Bütünleşmenin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir ilişkisi vardır.
- H5. Etnosentrizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{5a}. Etnosentrizm ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{5b}. Etnosentrizm ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{5c}. Etnosentrizm ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{5d}. Etnosentrizm ile meslek arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{5e}. Etnosentrizm ile memleket arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H6. Etnorelativizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{6a}. Etnorelativizm ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{6b}. Etnorelativizm ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{6c}. Etnorelativizm ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{6d}. Etnorelativizm ile meslek arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{6e}. Etnorelativizm ile memleket arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H7. Kültürlerarası duyarlılık ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{7a}. Etnosentrizm ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H_{7b}. Etnorelativizm ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H8. Davranış niyeti ile Gelibolu'yu ziyaret sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4.5. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Araştırmada ilk önce geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Bunun sonucunda Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ne yönelik Bennet (1993), Olson (2001), Kirillova (2015)'nin çalışmalarından elde edilen ifadeler derlenmiştir. Bir diğer ölçek ise davranış niyeti ölçeğidir. Bu ölçeğin derlenmesinde ise Aliman ve Wahit (2016)'nin çalışmasından faydalanılmıştır. Hazırlanan anket 3 ayrı bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara cinsiyet, yaş, gelir, eğitim durumu, medeni durum, memleket,

yaşanılan yer gibi sorular ile Gelibolu'ya gidip gitmediği, gittiyse kaç kere gittiği, memnun kalıp kalmadığı ile ilgili sorular yöneltmiş ve Gelibolu'ya gitmemiş olan katılımcıların formu geçersiz sayılarak genel toplamdan çıkarılmıştır. 2. bölümde katılımcıların kültürlerarası duyarlılığı ile ilgili sorular yöneltmiştir. 3. bölümde ise katılımcıların tekrar ziyaret niyeti ve tavsiye niyeti ile ilgili 4 soruluk bir ölçeğe yer verilmiştir. Ölçeklerde 1= kesinlikle katılmıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum olmak üzere 5'li likert ölçeği kullanılmıştır.

4.6. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılardan elde edilen verilerin analizi ve ulaşılan sonuçlardan bahsedilecektir.

4.6.1. Frekans Analizi Sonuçları

Frekans analizi sonucunda elde edilen frekans dağılımı, değişkenlere ait değerlerin özelliklerinin betimlenmesi için verilerin sayı ve yüzde olarak verilmesidir. Bu doğrultuda katılımcıların kişisel özelliklerinin dağılımları ve katılımcıların bir konudaki düşüncelerinin dağılımı frekans analizi yapılarak bulunabilir.

Tablo 4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

Cinsiyet	Sayı (n)	Oran (%)	Meslek	Sayı(n)	Oran(%)
Kadın	191	49,1	Öğrenci	113	29,0
Erkek	198	50,9	Akademisyen	43	11,1
Yaş			Memur	89	22,9
18-28 arası	202	51,9	Turizm çalışanı	17	4,4
29-39 arası	129	33,2	Sağlık çalışanı	22	5,7
40-50 arası	40	10,3	İşçi	5	1,3
51-61 arası	14	3,6	Serbest meslek	16	4,1
62 yaş ve üzeri	4	1,0	Diğer	65	16,7
Memleket			Çalışmıyor	19	4,8
Marmara	123	31,6	Medeni Durum		
Ege	44	11,3	Evli	138	35,5
Akdeniz	28	7,2	Bekâr	251	64,5
D. Anadolu	51	13,1	Gelibolu'yu ziyaret sıklığı		
İç Anadolu	72	18,5	1 defa	162	41,6
Karadeniz	60	15,4	2 ile 9 arasında	200	51,4

Belirtilmemiş	11	2,8	10 ve üzeri	27	6,9
---------------	----	-----	-------------	----	-----

Tablo 4.1’de katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre frekans analizi sonuçları görülmektedir. Sonuçlara bakıldığında kadın ve erkek katılımcıların sayısının neredeyse eşit olduğu görülmektedir. Kadın katılımcı sayısı 191 ile toplam katılımcıların % 49.1’ini oluşturmaktadır. Erkek katılımcı sayısı ise 198 ile toplam katılımcıların %50.9’unu oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşına yönelik frekans analizine bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun 202 kişi ve %51.9 oranla 18-28 yaş arasında olduğu görülmektedir. Bunu 129 kişi ve %33.2 oran ile 29- 39 yaş takip etmektedir. 40- 50 yaş arası 40 katılımcı bulunmaktadır ve toplamın %10.3’ünü oluşturmaktadır. 51-61 yaş arası katılımcı sayısı ise 14 kişi olarak çıkmaktadır ve bu genel toplamın %3.6’sını oluşturmaktadır. 62 yaş ve üzeri ise 4 katılımcı bulunmakta ve toplamın % 1’ini oluşturmaktadır. Genel olarak çizelgeye bakıldığında yaş aralığı arttıkça katılımcı sayısının azaldığı görülmektedir. Bunda belli sınırlılıklar sonucunda internet ortamından elde edilen verilerin fazla olmasının etkisi yüksektir. Tabloya göre katılımcıların büyük çoğunluğunu bekâr katılımcılar oluşturmaktadır. Bekâr katılımcılar 251 katılımcı ile genel toplamın %64.5’ini oluştururken evli katılımcılar 138 katılımcı ile genel toplamın %35.5’ini oluşturmaktadır.

Tablo 4.1’e bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun 113 katılımcı ve %29.0 oran ile öğrenci olduğu, bunu 89 katılımcı ve %22.9 ile memurların takip ettiği görülmektedir. En az katılımcıyı ise 5 kişi ve %1.3 ile işçiler oluşturmaktadır. Serbest meslek çalışanlarının ise 16 katılımcı ve %4,1 oran ile ikinci en az katılımcı sayısına sahip olduğu görülmektedir. Eğitim durumu ve meslek ile ilgili bilgilerin alınmasının sebebi eğitim seviyesinin ve mesleğin kültürlerarası duyarlılık açısından önemli olabileceğidir.

Katılımcıların memleketlerine yönelik frekans analizinin sonuçlarına bakıldığında katılımcıların 123 kişi ve %31.6 oranla en çok Marmara Bölgesi’nden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. En az katılımcı sayısı ise 11 katılımcı ve %2.8 ile memleketini belirtmek istemeyenler oluşturmaktadır. İç Anadolu 72 katılımcıyla %18,5; Karadeniz 60 katılımcıyla %15,4; Doğu Anadolu 51 katılımcıyla %13,1; Ege Bölgesi 44 katılımcıyla %11,3 ve son olarak Akdeniz Bölgesi 28 katılımcıyla %7,2 orana sahiptir.

Tabloda katılımcıların Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’na kaç defa gittiklerine yönelik frekans analizi sonucu da bulunmaktadır. Sonuç olarak 200 katılımcı ve katılımcıların %51.4’ü Gelibolu’ya 1 defadan fazla gittiğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra 162

katılımcı ve katılımcıların %41.6'sı Gelibolu'ya 1 defa gittiğini belirtmiştir. Gelibolu'ya 10 defa ve üzeri giden katılımcıların sayısı ise 27'dir ve genel toplamın %6.9'unu oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu Gelibolu'ya bir defadan fazla gitmiştir.

4.6.2. Güvenilirlik ve Normallik Analizi

Bir çalışmanın değerini belirleyen önemli unsurlardan biri ölçeğin güvenilir olmasıdır. Bu nedenle sonuçları analiz ederken ilk yapılan analizlerden biri güvenilirlik analizidir. Bir ölçeğin güvenilir olması, veri toplama araçlarının ve örneklemelerin tutarlılık göstermesi anlamını taşımaktadır. Güvenilirlik birçok yöntemle ölçülebilir. En çok kullanılan yöntemler; eşdeğer formlar yöntemi, Cronbach's alpha katsayısı ve Rulon yöntemidir. Cronbach's Alpha yönteminde değer 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Değer 1'e ne kadar yakınsa güvenilirlik o kadar artmaktadır. Eğer değer 0,60 ile 0,80 arasındaysa güvenilirlik iyi, 0,80 ile 1.00 arasındaysa güvenilirlik yüksek olarak kabul edilmektedir. Bir ölçeğin güvenilir kabul edilmesi için genel olarak kabul edilen değer %70'dir (Karagöz, 2017).

Tablo 4.2. Kültürlerarası Duyarlılık ve Davranış Niyeti Ölçeklerinin Güvenilirlik Analizi

Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Güvenilirlik		Davranış Niyeti Ölçeği Güvenilirlik	
Cronbach's Alpha	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
,829	48	,892	4

Tablo 4.2'de çalışmada kullanılan kültürlerarası duyarlılık gelişim ölçeğinin güvenilirliği 0.829 olarak belirlenmiştir. Bu da kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin güvenilirliğinin yüksek olduğu anlamını taşımaktadır. Bir diğer ölçek olan davranış niyeti ölçeğine bakıldığında ise Cronbach's Alpha'nın 0.892 olduğu görülmektedir. Bu davranış niyeti ölçeğinin de yüksek güvenilirlikte olduğu anlamına gelmektedir.

Çalışmanın doğru bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için analizlerde parametrik testlerin mi yoksa non-parametrik testlerin mi uygulanacağına karar vermek gerekir. Bunun için verilerin normal dağılıp dağılmadığını öğrenmek ve buna göre testler uygulamak gerekmektedir. Bu çalışmada ölçekler üzerinde gerçekleştirilen analizler sonucunda basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ve +2 değerleri arasında olduğu görülmektedir. Bu nedenle verilerin normal dağıldığı varsayılacak ve parametrik testler uygulanacaktır.

4.6.3. KMO ve Barlet Testi ve Faktör Analizi

Faktör analizi, birçok değişkeni gruplandırarak yeni değişkenler oluşturmada kullanılan bir analiz türüdür. Bu analizin amacı birbiriyle benzer değişkenleri tek grupta toplamaktır. Bu şekilde yeni değişkenler oluşmakta ve bu değişkenlere faktör adı verilmektedir. Ancak faktör analizinin yapılabilmesi için öncelikle verilerin faktör analizine uygun olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için KMO ve Bartlett testi kullanılmıştır. KMO testinde değer 0,50'nin altındaysa ölçek faktör analizi için uygun olarak kabul edilmez. 0,50 zayıf, 0,60 orta, 0,70 iyi, 0,80 çok iyi kabul edilmektedir (Karagöz, 2017).

Tablo 4.3. Ölçeklerin KMO ve Barlet Testleri Sonuçları

Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,881
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8,520E3
	Df		1128
	Sig.		,000
Davranış Niyeti	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,817
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1,428E3
	Df		6
	Sig.		,000

Tablo 4.3'de çalışma için yapılan testte kültürlerarası duyarlılık gelişim modeli ölçeğinin KMO değeri 0,88 olarak belirlenmiştir. Bu da ölçeğin KMO değerinin çok iyi olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde davranış niyeti ölçeği de 0,81 olarak belirlenmiş ve faktör analizi için uygun bulunmuştur.

Tablo 4.4. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeğinin Faktör Yükleri

Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeği	Eş Kökenlilik	Yük	
I. FAKTÖR			
İNKÂR			
Geziden sonra kendimi köksüz hissediyorum çünkü kültürel bir kimliğim olduğunu sanmıyorum	,486	0,514	SS: _0,533 Ortalama: 1,93 p değeri: ,000
Kendi dünya görüşümü korumak için kendimi kültürel farklılıklardan ayırdım.	,418	0,538	
Benim diğer kültürleri temsil eden birçok insanın kibirli olduğunu anlamamı sağladı.	,487	0,567	

Çevremde farklı kültürden insanlar olduğunda, kültürel değerlerimin tehdit altında olduğunu hissediyorum	,541	0,634	
Bazen, farklı kültürden insanlar hakkında aşağılayıcı şeyler düşünüyorum.	,515	0,683	
Bana, turistlerden rahatsız olduğumu düşündürdü	,551	0,645	
Başka kültürden insanların iyi davranılmayı hak etmediklerini düşünüyorum.	,491	0,678	
Diğer kültürleri inkâr ediyorum	,503	0,694	
II. FAKTÖR SAVUNMA			
Farklı kültürlerde ki insanların duygularını çeşitli şekillerde ifade etmelerinin yanlış anlaşılmaya neden olabileceğini fark etmemi sağladı.	,524	0,569	SS: 0,860 Ortalama: 2,24 p değeri: ,000
Başka kültürden insanların bana kaba davrandıklarının farkına varmamı sağladı.	,629	0,699	
Diğer turistlere ait birçok şeyin beni rahatsız ettiğini fark etmemi sağladı.	,639	0,671	
III. FAKTÖR İNDİRGE ME			
Kendi kültürümden başka bir kültürel farklılık yaşamak istemiyorum.	,474	0,527	SS: 0,618 Ortalama: 3,31 p değeri: ,000
Kimliğim temel olarak herhangi bir kültüre dayanmıyor	,439	0,515	
İnsanların benim gibi görünüp davrandığı bir toplulukta yaşamak ve çalışmak beni rahatlatıyor.	,476	0,627	
Benim kültürüm diğer kültürlerden üstün.	,528	0,553	
IV. FAKTÖR KABULLENME			
Kültürlerarası farklılıklara saygı duyuyorum.	,707	0,727	SS: 0,757 Ortalama: 3,93 p değeri: ,000
Sözel ve sözel olmayan davranışların kültürler arasında farklılık gösterdiğine ve saygı duyulması gerektiğine inanıyorum.	,603	0,705	
Kültürlerarası farklılıklara meraklıyım.	,611	0,674	
Kültürün bir süreç olduğuna inanıyorum	,459	0,671	
Farklı kültürel bakış açısıyla durumları analiz edebilir ve değerlendirebilirim	,432	0,546	
Çevremde farklı kültürden insanlar olduğu için kültürel farklılıklar konusunda olumlu hissediyorum.	,500	0,517	
Kültürel farklılığın her zaman kendi bakış açısıyla anlaşılması gerektiğini düşünüyorum.	,446	0,641	
Kültürel çeşitlilik tercih edilen bir durumdur.	,487	0,580	

Diğer kültürlere uygun şekilde hareket edebilirim.	,522	0,598	
V. FAKTÖR ADAPTASYON			
İnsan davranışları evrenseldir: Bir gülümseme nereye giderseniz gidin aynı gülümsemedir.	,494	0,538	
Tüm insanlar, aynı tarihsel, ekonomik, politik, psikolojik ilkelere sahiptir ve bunlar kültürlere göre değişmez	,436	0,594	
Bütün insanlar, aynı evrensel değerleri paylaşır.	,584	0,718	
Kültürel farklılıkların var olduğuna inanıyorum. Ama benzerliklere odaklanmamız gerektiğine inanıyorum	,391	0,572	SS: 0,668 Ortalama: 3,45 p değeri: ,000
Tüm kültürlerdeki insanlar içgüdüsel davrandıkları için onları anlamak mümkündür	,443	0,560	
Biyolojik olarak hepimiz aynı özelliklere sahibiz. Bu yüzden tüm kültürler benzer davranışlara sahiptir.	,527	0,678	
Kendi kültürüme ait unsurların tüm kültürlerde de var olduğunu düşünüyorum.	,543	0,681	
Kültürel farklılıklar genellikle fazla abartılır.	,405	0,618	
VI. FAKTÖR BÜTÜNLEŞME			
Geziden sonra diğer kültürlerle uyumlu davranabiliyorum, ancak yine de kendi değerlerime uyuyorum	,593	0,659	
Geziden sonra, insanların farklı olmasının iyi bir şey olduğunu düşünmeye başladım.	,701	0,780	SS: 0,946 Ortalama: 3,35 p değeri: ,000
Geziden sonra kültürlerarası iletişim becerilerimi geliştirdim.	,757	0,843	
Geziden sonra birden fazla dünya görüşünü içselleştirdim.	,747	0,833	
Farklı kültürlerin gelenekleri arasında bazı farklılıklar olsa da, tüm insanların benim gibi olduğunu fark etmemi sağladı.	,496	0,596	
Diğer kültürlerden hoşlandığımı fark ettirdi.	,613	0,713	
Geziden sonra başka kültürlerden yeni sözel ve sözel olmayan iletişim becerileri edindim	,696	0,811	

Tablo 4.4'de Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Ölçeği'nin faktör yükleri görülmektedir. Faktör yükleri dikkate alındığında 48 ifadenin 9'u 0,500 değerinin altında kaldığı için diğer ifadeler arasından çıkartılmıştır. Bunun sonucunda kültürlerarası duyarlılık ölçeği için analiz ve testler 39 ifade üzerinden yapılmaktadır. Faktör analizi sonucunda 6 ayrı faktör elde edilmiştir. Bu faktörler Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'nin altı boyutu olan inkâr, savunma, indirgeme, kabullenme, bütünleşme ve adaptasyondur.

Tablo 4.4’de ayrıca ölçeğin faktörlerinin aritmetik ortalamaları ve standart sapmalarına bakıldığında en yüksek ortalamanın 3,93 ile kabullenme faktörü olduğu en düşük ortalamanın ise 1,93 ile inkâr faktörü olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre katılımcılar en çok kabullenme faktörüne karşı olumlu bir tavır sergilemektedir. Kabullenme faktörünü 3,45 ile adaptasyon, 3,35 ile bütünleşme, 3,31 ile indirgeme 2,24 ile savunma takip etmektedir. Genel olarak bakıldığında etnorelativizm aşamasının ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu da katılımcıların toplamının etnorelativizme eğilimli olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.5. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeğinin Aritmetik Ortalamaları ve Standart Sapmaları

	Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma
İnkâr	<u>Geziden sonra kendimi köksüz hissediyorum çünkü kültürel bir kimliğim olduğunu sanmıyorum</u>	<u>4,42</u>	<u>0,978</u>
	Kendi dünya görüşümü korumak için kendimi kültürel farklılıklardan ayırdım.	1,77	1,047
	Benim diğer kültürleri temsil eden birçok insanın kibirli olduğunu anlamamı sağladı.	1,75	0,993
	Çevremde farklı kültürden insanlar olduğunda, kültürel değerlerimin tehdit altında olduğunu hissediyorum	1,73	1,037
	Bazen, farklı kültürden insanlar hakkında aşağılayıcı şeyler düşünüyorum.	1,68	1,029
	Bana, turistlerden rahatsız olduğumu düşündürdü	1,46	0,909
	Başka kültürden insanların iyi davranılmayı hak etmediklerini düşünüyorum.	1,35	0,810
	<u>Diğer kültürleri inkâr ediyorum</u>	<u>1,26</u>	<u>0,721</u>
Savunma	Farklı kültürlerde ki insanların duygularını çeşitli şekillerde ifade etmelerinin yanlış anlaşılmaya neden olabileceğini fark etmemi sağladı.	2,94	1,228
	Başka kültürden insanların bana kaba davrandıklarının farkına varmamı sağladı.	1,97	1,087
	Diğer turistlere ait birçok şeyin beni rahatsız ettiğini fark etmemi sağladı.	1,82	1,025
İndirgeme	Kendi kültürümden başka bir kültürel farklılık yaşamak istemiyorum.	4,07	1,261
	Kimliğim temel olarak herhangi bir kültüre dayanmıyor	3,96	1,246
	İnsanların benim gibi görünüp davrandığı bir toplulukta yaşamak ve çalışmak beni rahatlatıyor.	3,09	1,393
	Benim kültürüm diğer kültürlerden üstün.	2,12	1,323
K	Kültürlerarası farklılıklara saygı duyuyorum.	4,40	0,930

	Sözel ve sözel olmayan davranışların kültürler arasında farklılık gösterdiğine ve saygı duyulması gerektiğine inanıyorum.	4,22	0,975
	Kültürlerarası farklılıklara meraklıyım.	4,09	1,047
	Kültürün bir süreç olduğuna inanıyorum	3,93	1,119
	Farklı kültürel bakış açısıyla durumları analiz edebilir ve değerlendirebilirim	3,91	1,100
	Çevremde farklı kültürden insanlar olduğu için kültürel farklılıklar konusunda olumlu hissediyorum.	3,83	1,134
	Kültürel farklılığın her zaman kendi bakış açısıyla anlaşılması gerektiğini düşünüyorum.	3,81	1,087
	Kültürel çeşitlilik tercih edilen bir durumdur.	3,66	1,179
	Diğer kültürlere uygun şekilde hareket edebilirim.	3,48	1,152
Adaptasyon	İnsan davranışları evrenseldir: Bir gülümseme nereye giderseniz gidin aynı gülümsemedir.	3,96	1,152
	Tüm insanlar, aynı tarihsel, ekonomik, politik, psikolojik ilkelere sahiptir ve bunlar kültürlere göre değişmez	3,68	1,278
	Bütün insanlar, aynı evrensel değerleri paylaşır.	3,63	1,312
	Kültürel farklılıkların var olduğuna inanıyorum. Ama benzerliklere odaklanmamız gerektiğine inanıyorum	3,61	1,132
	Tüm kültürlerdeki insanlar içgüdüsel davrandıkları için onları anlamak mümkündür	3,47	1,111
	Biyolojik olarak hepimiz aynı özelliklere sahibiz. Bu yüzden tüm kültürler benzer davranışlara sahiptir.	3,21	1,365
	Kendi kültürüme ait unsurların tüm kültürlerde de var olduğunu düşünüyorum.	3,05	1,268
	Kültürel farklılıklar genellikle fazla abartılır.	3,01	1,196
Bütünleşme	Geziden sonra diğer kültürlerle uyumlu davranabiliyorum, ancak yine de kendi değerlerime uyuyorum	3,59	1,150
	Geziden sonra, insanların farklı olmasının iyi bir şey olduğunu düşünmeye başladım.	3,48	1,129
	Geziden sonra kültürlerarası iletişim becerilerimi geliştirdim.	3,33	1,171
	Geziden sonra birden fazla dünya görüşünü içselleştirdim.	3,30	1,202
	Farklı kültürlerin gelenekleri arasında bazı farklılıklar olsa da, tüm insanların benim gibi olduğunu fark etmemi sağladı.	3,30	1,262
	Diğer kültürlerden hoşlandığımı fark ettirdi.	3,26	1,230
	Geziden sonra başka kültürlerden yeni sözel ve sözel olmayan iletişim becerileri edindim	3,21	1,202

Tablo 4.5’de çalışmada kullanılan kültürlerarası duyarlılık gelişim modeli ölçeğinin aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri gösterilmektedir. Sonuçlara bakıldığında

aritmetik ortalaması en yüksek ifade 5 üzerinden 4,42 ile “geziden sonra kendimi köksüz hissediyorum çünkü kültürel bir kimliğim olduğumu sanmıyorum” ifadesi olduğu ve bu ifadeyi 4.40 ile “kültürlerarası farklılıklara saygı duyuyorum” ifadesinin takip ettiği görülmektedir. En düşük ifade ise 1.26 ile “diğer kültürleri inkâr ediyorum” ifadesinin olduğu ve bunu 1.35 ile “başka kültürden insanların iyi davranılmayı hak etmediklerini düşünüyorum” ifadesinin takip ettiği görülmektedir.

Tablo 4.6. Davranış Niyeti Ölçeğinin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapması

Davranış Niyeti Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma
Gelibolu Yarımadası'nı başkalarına tavsiye edeceğim	4,50	0,932
Diğer insanlara Gelibolu Yarımadası ile ilgili olumlu şeyler söyleyeceğim	4,47	0,972
Arkadaşlarımı ve akrabalarımı bu destinasyonu ziyaret etmeye teşvik edeceğim	4,46	0,964
Önümüzdeki 3 yıl içinde burayı tekrar ziyaret edeceğim	3,90	1,249

Tablo 4.6' da ise davranış niyeti ölçeğinin aritmetik ortalaması ve standart sapması yer almaktadır. Sonuçlara bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip ifade 4,50 ile “Gelibolu Yarımadası'nı başkalarına tavsiye edeceğim” ifadesidir. En düşük ortalamaya sahip ifade ise 3,90 ile “önümüzdeki 3 yıl içinde burayı tekrar ziyaret edeceğim” ifadesidir.

4.6.4. Hipotezlerin Test Edilmesi

Hipotezlerin test edilmesinde t testi, anova ve regresyon analizi kullanılmıştır. “Regresyon analizi, bir bağımlı değişken (BD) ve birkaç bağımlı olmayan değişkenin (BOD; bağımsız değişken) arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için kullanılır (Karagöz, 2017). Bu çalışmada regresyon analizi kullanılarak H₁, H₂, H₃ ve H₄ hipotezleri ve bu hipotezlerin alt hipotezleri test edilmiştir. H₅, H₆ ve H₇ hipotezleri ise bağımsız örneklem t-testi ve anova kullanılarak test edilmiştir. H₈ hipotezinin testi için ise anova kullanılmıştır.

4.6.4.1. Kültürlerarası Duyarlılığın Alt Faktörleri ve Davranış Niyeti Alt Faktörlerinin Test Edilmesi

Etnosentrizmin alt faktörleri olan inkâr, savunma ve indirgeme alt faktörlerinin tekrar ziyaret niyeti ile tavsiye niyetine olan etkisini anlamak için regresyon analizi kullanılmıştır. H₁, H₂, H₃, H₄ hipotezleri test edilmiştir.

H₁: Etnosentrizmin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.9 Etnosentrizm ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu

	B	Standart Hata	Beta	T	Sig
Sabit	2,968	,441		7,225	,000
H_{1a} İnkâr	-,109	,128	-,047	-858	,391
H_{1b} Savunma	,154	,079	,106	1,961	,051
H_{1c} İndirgeme	,242	,103	,120	2,359	,019

Tablo 4.9'a bakıldığında etnosentrizmin tekrar ziyaret niyetine sadece indirgeme alt boyutunda anlamlı bir etkisi vardır. Bu nedenle H_{1c} hipotezi kabul edilmiştir. İndirgeme alt faktörünün tekrar ziyaret üzerinde pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır. Ancak H_{1a} ve H_{1b} hipotezleri kabul edilmemiştir. Sonuç olarak H₁ kısmen kabul edilmiştir.

H₂: Etnosentrizmin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.10. Etnosentrizm ve Tavsiye Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu

	B	Standart Hata	Beta	T	Sig
Sabit	4,122	,295		13,968	,000
H_{2a} İnkâr	-,309	,092	-,179	-3,372	,001
H_{2b} Savunma	-,010	,056	-,010	-,181	,856
H_{2c} İndirgeme	,296	,074	,199	4,014	,000

Tablo 4.10'a bakıldığında etnosentrizmin tavsiye niyetine etkisi inkâr ve indirgeme alt boyutlarında anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. H_{2a} ve H_{2c} hipotezleri kabul edilmiştir. İnkâr boyutunun tavsiye niyetine negatif yönde bir etkisi bulunmaktadır. İndirgemenin ise tavsiye niyetine pozitif yönde etkisi bulunmaktadır. Ancak savunma alt boyutunun tavsiye niyetine bir etkisi bulunmamaktadır. Bu nedenle H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

H₃: Etnorelativizmin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.11. Etnorelativizm ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu

	B	Standart Hata	Beta	T	Sig
Sabit	2,252	,373		2,597	,010
H_{3a} Kabullenme	,117	,098	,071	1,774	,236
H_{3b} Adaptasyon	,083	,110	,044	3,007	,454
H_{3c} Bütünleşme	,270	,075	,205	4,219	,000

Tablo 4.11'de etnorelativizm ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Sonuçlara göre kabullenme ve adaptasyonun tekrar ziyaret

niyetine herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bütünleşmenin tekrar ziyaret niyetine pozitif yönde bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu nedenle H_{3a} ve H_{3b} alt hipotezleri reddedilmiş ancak H_{3c} hipotezi kabul edilmiştir. Sonuç olarak H₃ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

H₄: Etnorelativizmin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.12. Etnorelativizm ve Tavsiye Niyeti Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu

	B	Standart Hata	Beta	T	Sig
Sabit	2,688	,263		10,229	,000
H_{4a} Kabullenme	,426	,069	,352	6,149	,000
H_{4b} Adaptasyon	-,055	,078	-,040	-,706	,481
H_{4c} Bütünleşme	,092	,053	,095	1,736	,083

Tablo 4.12’de etnorelativizm ile tavsiye niyeti arasındaki regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Sonuçlara bakıldığında kabullenme alt boyutunun tavsiye niyetine pozitif yönlü bir etkisi bulunmuştur. Ancak adaptasyon ve bütünleşme alt boyutlarında bir etkiye rastlanmamıştır. Bu nedenle H_{4b} ve H_{4c} desteklenmemiş ancak H_{4c} desteklenmiştir. Sonuç olarak H₄ kısmen kabul edilmiştir.

4.6.4.2. Kültürlerarası Duyarlılığın Alt Faktörleri ile Sosyo-Demografik Değişkenlerin Test Edilmesi

Kültürlerarası duyarlılığın alt boyutları olan etnosentrizm ve etnorelativizm ile sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkinin açıklanabilmesi için bağımsız örneklem t testi ve Anova kullanılmıştır. Bu bölümde H₅ ve H₆ test edilmiştir.

H₅: Etnosentrizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.13 Etnosentrizm ve Sosyo-demografik değişkenler arasındaki T-Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	X	Standart Sapma	T	Df	P
H _{5a}	Kadın	191	2,4594	,409	-1,712	387	,088
	Erkek	198	2,5361	,407			
Medeni Durum							
H _{5b}	Evli	138	2,505	,457	,243	387	,808
	Bekâr	251	2,494	,435			

Tablo 4.13’e bakıldığında sosyo-demografik değişkenlerden H_{5a} ve H_{5b} alt hipotezlerinin desteklenmediği görülmektedir. Elde edilen t testi sonuçlarına göre etnosentrizm ile cinsiyet ve medeni durum arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 4.14. Etnosentrizm ve Sosyo-demografik değişkenler arasındaki Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	X	Standart Sapma	F	P
H _{5c}	18-28 arası	202	2,4825	,41350	,702	,591
	29-39 arası	129	2,5473	,47461		
	40-50 arası	40	2,4344	,53663		
	51-61 arası	14	2,4544	,26123		
	62 ve üzeri	4	2,5243	,26749		
Meslek						
H _{5d}	Öğrenci	113	2,5173	,41021	,471	,876
	Memur	89	2,4532	,38092		
	Diğer	65	2,5150	,50537		
	Akademisyen	43	2,5795	,51640		
	Sağlık Çalışanı	22	2,4861	,45087		
	Çalışmıyor	19	2,4642	,54302		
	Turizm Çalışanı	17	2,4861	,30567		
	Serbest Meslek	16	2,5095	,49339		
	İşçi	5	2,3417	,60298		
Memleket						
H _{5e}	Marmara	123	2,5069	,46032	,890	,502
	İç Anadolu	72	2,4892	,45160		
	Karadeniz	60	2,4674	,43793		
	Doğu Anadolu	51	2,4221	,41155		
	Ege	44	2,6089	,42864		
	Akdeniz	28	2,4752	,43491		
	Belirtmemiş	11	2,6061	,43741		

Tablo 4.14’de yer alan Anova sonuçlarına bakıldığında ise etnosentrizm ile yaş, meslek ve memleket arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu nedenle H_{5c}, H_{5d} ve H_{5e} kabul edilmemiştir. Sonuç olarak bütün alt hipotezler reddedilmiştir. Bu nedenle H₅ reddedilmiştir.

H₆: Etnorelativizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.15 Etnorelativizm ve Sosyo-demografik değişkenler arasındaki T-Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	X	Standart Sapma	T	Df	P
H _{6a}	Kadın	191	3,6063	,59655	,732	387	,465
	Erkek	198	3,5592	,66854			
Medeni Durum							
H _{6b}	Evli	138	3,4916	,70853	-1,988	240,189	,048
	Bekâr	251	3,6322	,58427			

Tablo 4.15’de etnorelativizm ve sosyo-demografik değişkenler arasındaki t testi sonuçlarına bakıldığında etnorelativizm ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ancak cinsiyet ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bunun sonucunda H_{6a} alt hipotezi reddedilmiş ancak H_{6b} alt hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.16 Etnorelativizm ve Sosyo-demografik Değişkenler Arasındaki Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	X	Standart Sapma	F	P
H _{6c}	18-28 arası	202	3,6578	,59466	2,160	,073
	29-39 arası	129	3,4847	,62541		
	40-50 arası	40	3,6210	,63417		
	51-61 arası	14	3,3375	1,03962		
	62 ve üzeri	4	3,3877	,72313		
Meslek						
H _{6d}	Öğrenci	113	3,6840	,52064	2,728	,006
	Memur	89	3,5969	,63226		
	Diğer	65	3,6642	,53518		
	Akademisyen	43	3,6197	,60368		
	Sağlık Çalışanı	22	3,3878	,70096		
	Çalışmıyor	19	3,2722	,96606		
	Turizm Çalışanı	17	3,4471	,63028		
	Serbest Meslek	16	3,0975	,96425		
İşçi	5	3,6837	,45171			
Memleket						
H _{6e}	Marmara	123	3,6163	,60086	,510	,801
	İç Anadolu	72	3,6056	,69154		

Karadeniz	60	3,4947	,59225
Doğu Anadolu	51	3,5317	,60904
Ege	44	3,6147	,73199
Akdeniz	28	3,5322	,65024
Belirtmemiş	11	3,7604	,54250

Tablo 4.16'ya bakıldığında etnorelativizm ile sosyo-demografik değişkenler arasındaki anova sonuçları görülmektedir. Sonuçlara göre etnorelativizm ile yaş ve memleket arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ancak etnorelativizm ile meslek arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu nedenle H_{6c} ve H_{6e} hipotezleri reddedilmiş ancak H_{6d} kabul edilmiştir. Sonuç olarak H_6 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

4.6.4.3. Kültürlerarası Duyarlılık ve Davranış Niyetinin Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkına Gitme Sıklığı Değişkeninin Test Edilmesi

Bu bölümde kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin ve davranış niyeti ölçeğinin Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkına gitme sıklığı arasındaki ilişki test edilmektedir. Bu doğrultuda H_7 ve H_8 Anova testi kullanılarak test edilmiştir.

H₇. Kültürlerarası duyarlılık ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.17. Etnosentrizm ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na Gitme Sıklığı Arasındaki Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	X	Standart Sapma	F	P
H_{7a}	1 defa	162	2,4672	,42704	11,327	,000
	2-9 arası	200	2,4724	,41961		
	10 ve üzeri	27	2,8796	,53594		

Tablo 4.17'a bakıldığında etnosentrizm ile Gelibolu yarımadası tarihi milli parkına gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun sonucunda H_{7a} kabul edilmiştir.

Tablo 4.18. Etnorelativizm ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na Gitme Sıklığı Arasındaki Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	X	Standart Sapma	F	P
H_{7b}	1 defa	162	3,6143	,61219	1,809	,165
	2-9 arası	200	3,5332	,64585		
	10 ve üzeri	27	3,7544	,65291		

Tablo 4.18’de etnorelativizm ile Gelibolu yarımadası tarihi milli parkı’na gitme sıklığı arasında ki ilişki incelenmiştir. Sonuç olarak etnorelativizm ile Gelibolu yarımadası tarihi milli parkı’na gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Bu nedenle H_{7b} desteklenmemiştir. Bu nedenle H_7 kısmen desteklenmektedir.

H₈. Davranış Niyeti ile Gelibolu’ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.19. Davranış Niyeti İle Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’na Gitme Sıklığı Arasındaki Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	X	Standart Sapma	F	P
H ₈	1 defa	162	4,0340	,98139	7,158	,001
	2-9 arası	200	4,2483	,95983		
	10 ve üzeri	27	4,7407	,51956		

Tablo 4.19’da davranış niyeti ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’na gitme sıklığı ile davranış niyeti arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle H_9 kabul edilmiştir.

Tablo 4.20. Çalışmanın Hipotezleri ve Kabul Durumları

Sayı	Hipotezler	Durumu
H₁.	Etnosentrizmin ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen desteklendi
H _{1a} .	İnkârın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H _{1b} .	Savunmanın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H _{1c} .	İndirgemenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H₂.	Etnosentrizm ve tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen desteklendi
H _{2a} .	İnkârın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H _{2b} .	Savunmanın tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H _{2c} .	İndirgemenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H₃.	Etnorelativizm ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen desteklendi
H _{3a} .	Kabullenmenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H _{3b} .	Adaptasyonun tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H _{3c} .	Bütünleşmenin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır	Desteklendi
H₄.	Etnorelativizm ve tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen desteklendi

H _{4a} .	Kabullenmenin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H _{4b} .	Adaptasyonun tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H _{4c} .	Bütünleşmenin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir ilişkisi vardır.	Desteklenmedi
H₅.	Etnosentrizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{5a} .	Etnosentrizm ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{5b} .	Etnosentrizm ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{5c} .	Etnosentrizm ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{5d} .	Etnosentrizm ile meslek arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{5e} .	Etnosentrizm ile memleket arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H₆.	Etnorelativizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H _{6a} .	Etnorelativizm ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{6b} .	Etnorelativizm ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H _{6c} .	Etnorelativizm ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H _{6d} .	Etnorelativizm ile meslek arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H _{6e} .	Etnorelativizm ile memleket arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H₇.	Kültürlerarası duyarlılık ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen Desteklendi
H _{7a} .	Etnosentrizm ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H _{7b} .	Etnorelativizm ile Gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H₈.	Davranış niyeti ile Gelibolu'yu ziyaret sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde bulgularda uygulanan testlerin sonuçları tartışılacak ve diğer çalışmalarla karşılaştırmalar yapılacaktır. Öneriler kısmında ise turizm sektörüne ve araştırmacılara öneriler sunulacaktır.

Farklı kültürlerin bir arada olması, insanların seyahat etmesi için bir motivasyon kaynağı olmasının yanında, iletişimde güçlüklerin ve önyargının yarattığı endişenin ve geçmiş deneyimlerden kaynaklanan nefretin de açığa çıkmasına sebep olabilir. Bu durumun tespit edilemesi ve önüne geçilmesi kültürlerarası iletişim için büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma, Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı gibi milli duyguların yoğun olarak yaşandığı bir destinasyonun yabancı turistler tarafından ziyaret edilmesinin yerli turistlere ne hissettirdiğini anlama ve yerli turistlerin yabancı turistler hakkındaki tutumlarını tespit etme amacına hizmet etmektedir. Çünkü bu tutumların tespit edilmesi ve duruma göre önlem alınması destinasyon için büyük bir öneme sahiptir.

Frekans analizi sonuçlarına bakıldığında katılımcıların %49,1'ini kadınlar, %50,9'unu erkekler oluşturmaktadır. Yaş değişkenine bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun %51,9 oranla 18-28 yaş arası olduğu görülmektedir. Katılımcıların %33,2'si 29-39 yaş arası, %10,3'ü 40-50 yaş arası, %3,6'sı 51-61 yaş arası ve %1,0'ı ise 62 yaş ve üzeri katılımcılardır. Katılımcıların %31,6'sının memleketi Marmara bölgesindedir. Katılımcıların %18,5'i İç Anadolu'da, %15,4 Karadeniz'de, %13,1 Doğu Anadolu'da, %11,3 Ege Bölgesi'nde, %7,2 ise Akdeniz'de memleketleri bulunmaktadır. Katılımcıların %2,8'i ise bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Katılımcıların %64,5'i bekârdır. Evli katılımcılar ise genel toplamın %35,5'ini oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu öğrencidir ve genel toplamın %29,0'ını oluşturmaktadır. Katılımcıların %22,9'u memur, %11,1'i akademisyen, %5,7'si sağlık çalışanı, %4,4'ü turizm çalışanı, %4,1'i serbest meslek, %1,3'ü ise işçidir. Katılımcıların %16,7'si bunların dışında bir meslek icra etmektedir. %4,8'i ise çalışmamaktadır. Katılımcıların %51,4'ü 2 ile 9 arasında Gelibolu'ya gitmiştir. %41,6'sı Gelibolu'ya 1 defa gitmiştir. %6,9'u ise Gelibolu'ya 10 defa ve daha fazla gitmiştir.

Faktör analizi yapıldığında kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin altı faktör içerdiği görülmektedir. Bu faktörler Bennet'in DMIS modelinde olduğu gibi inkâr, savunma, indirgeme, kabullenme, adaptasyon ve bütünleşmedir. Bu faktörlerin ortalamalarına bakıldığında en yüksek ortalamanın kabullenme faktöründe olduğu görülmektedir.

Adaptasyon faktörü ise 3,45 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip ikinci faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak faktörlerin ortalamalarına bakıldığında etnorelativizm boyutu, etnosentrizm boyutundan daha yüksek ortalamalara sahiptir. Bu da katılımcıların genel olarak etnorelativizme daha eğilimli olduklarını göstermektedir. Krillova vd.'nin (2015) çalışmalarında gönüllü turistler üzerinde bir çalışma yapmış ve bunun için DMIS modelini kullanmışlardır. Sonuçlara göre gönüllü turistlerin kabullenme ve adaptasyon aşamalarına daha eğilimli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuçları, bu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Başka bir çalışmada Barron ve Dasli (2010) çalışmalarında turizm ve otelcilik yönetimi öğrencilerinin uluslararası öğrencilere karşı kültürlerarası duyarlılıklarını araştırmayı amaçlamış bu amaç doğrultusunda DMIS modelini kullanmıştır. Sonuçlara bakıldığında öğrencilerin genel olarak kabullenme ve adaptasyon aşamasına daha yakın olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmadaki sonuçlar da bunu destekler niteliktedir. Tezcan' nın (2020) turist rehberleri üzerinde yaptığı çalışmada ise, turist rehberlerinin kültürlerarası duyarlılıkları etnikmerkezciliklerinden daha yüksek çıkmıştır. Gülduran vd. (2020) çalışmalarında turizm işletmeciliği lisansüstü eğitim alan öğrencilere kendilerini DMIS modelinde hangi boyutta gördükleri sorulmuş ve sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğunun kendilerini etnorelativizm aşamasının adaptasyon boyutunda gördükleri ortaya çıkmıştır. Aksoy (2016) ise çalışmasında Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ni kullanılmıştır, Çalışmanın sonucunda öğrencilerin çoğunun kendisini, kabul etme aşamasında algıladıklarını ve uyum sağlama basamağına karşı daha çekimser oldukları sonucuna ulaşmıştır. Ancak Yurur vd. (2019) turizm öğrencileri ile ilgili yaptıkları çalışmada turizm öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılıklarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin ifadeleri dikkate alındığında en yüksek ortalamaya sahip ifadenin "geziden sonra kendimi köksüz hissediyorum çünkü bir kimliğim olduğunu sanmıyorum" ifadesiyken en düşük ortalamaya sahip ifadenin "diğer kültürleri inkâr ediyorum" ifadesi olduğu görülmektedir. Davranış niyeti ölçeğinde ise en yüksek ortalamaya sahip ifade "Gelibolu yarımadasını başkalarına tavsiye edeceğim ifadesiyken en düşük ortalamaya sahip ifadenin "önümüzdeki 3 yıl içerisinde burayı tekrar ziyaret edeceğim" ifadesidir. Bu da katılımcıların Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı tavsiye etmeye, tekrar ziyaret etmekten daha eğilimli olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda hipotezler oluşturulmuş ve analiz edilmiştir. Hipotezlerin testi için bağımsız örneklem t testi, anova ve regresyon analizi kullanılmıştır. Bu bölümde analiz sonuçlarından bahsedilecektir. Analiz sonuçlarına bakıldığında

etnosentrizmin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır hipotezi (H_1) kısmen desteklenmektedir. Etnosentrizm alt boyutlarından indirgemenin (H_{1c}) tekrar ziyaret niyeti üzerinde pozitif yönde bir ilişkisi bulunmuş ancak inkâr (H_{1a}) ve savunmanın (H_{1b}) bir etkisi bulunamamıştır. İndirgeme aşamasının etnorelativizme en yakın etnosentrizm aşaması olması indirgemenin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki pozitif etkisini açıklayabilir.

Etnosentrizmin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir ilişki vardır hipotezi de (H_2) kısmen desteklenmektedir. Bunun nedeni savunma (H_{2b}) boyutunun tavsiye niyetine bir etkisinin bulunmamasının yanında inkâr (H_{2a}) ve indirgeme (H_{2c}) boyutunun tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir ilişki olduğunun görülmesidir. Ancak inkâr boyutunun tavsiye niyeti üzerinde negatif bir etkisi bulunmaktayken indirgeme boyutunun tavsiye niyeti üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır. İnkâr etnosentrizmin en yoğun yaşandığı aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle tavsiye niyetiyle negatif yönde bir ilişki söz konusudur. İnkâr boyutunun ortalaması ne kadar yüksekse tavsiye niyeti o kadar azalmaktadır. Ancak indirgeme etnorelativizme en yakın etnosentrizm boyutudur bu nedenle tavsiye niyetiyle pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır.

Etnorelativizmin tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır (H_3) hipotezi de kısmen desteklenmektedir. Bunun nedeni sadece bütünleşme (H_{3c}) boyutunun tekrar ziyaret niyetine bir etkisi olmasıdır. Kabullenme (H_{3a}) ve adaptasyon (H_{3b}) boyutlarının tekrar ziyaret niyeti üzerinde bir etkisi bulunmamaktadır. Bütünleşme boyutu etnorelativizmin en ileri boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle bütünleşme boyutunun tekrar ziyaret niyeti üzerinde pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır. Bütünleşme boyutunun ortalaması ne kadar yüksekse tekrar ziyaret niyeti o kadar artmaktadır.

Etnorelativizmin tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır (H_4) hipotezine bakıldığında kabullenme (H_{4a}) boyutunun tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Kabullenme boyutunun tavsiye niyeti üzerinde pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır. Kabullenme boyutunun ortalaması ne kadar yüksekse tavsiye niyeti de o kadar artmaktadır. Ancak adaptasyon (H_{4b}) ve bütünleşme (H_{4c}) boyutlarının tavsiye niyeti üzerinde bir etkisi bulunmamıştır. Bu nedenle H_4 'de kısmen desteklenmektedir.

Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin alt faktörleri ile sosyo-demografik değişkenlerin arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarabilmek için tek yönlü anova ve bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Sonuçlara bakıldığında etnosentrizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır (H_5) hipotezi desteklenmemiştir. Çünkü etnosentrizm ile cinsiyet

(H_{5a}), medeni durum (H_{5b}), yaş (H_{5c}), meslek (H_{5d}) ve memleket (H_{5e}) değişkenleri arasında herhangi bir ilişki bulunmamaktadır.

Etnorelativizm ile sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır (H₆) hipotezi ise kısmen desteklenmektedir. Etnorelativizm ile medeni durum (H_{6b}) ve meslek (H_{6d}) arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bekâr katılımcıların etnorelativizme eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Meslek göz önüne alındığında öğrencilerin etnorelativizme eğilimleri diğer meslek gruplarından daha fazladır. Ancak cinsiyet (H_{6a}), yaş (H_{6c}) ve memleket (H_{6e}) ile etnorelativizm arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Tezcan (2020) çalışmasında turist rehberlerinin yetiştikleri coğrafi bölgeler ve yetiştikleri yerleşim birimleri arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışmaya göre, kültürlerarası duyarlılık düzeyi en fazla olan katılımcılar yurtdışında yetişen katılımcılardır. Etnikmerkezcilik düzeyi en yüksek katılımcılar ise Güney Doğu Anadolu Bölgesinde yetişen katılımcılardır. İl merkezinde yetişen katılımcıların kültürlerarası duyarlılık düzeyleri daha yüksekken, köy ve ilçelerde yetişen katılımcıların etnikmerkezcilik düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. Memleket açısından ele alındığında sonuçlar bu çalışmanın sonuçları ile farklılık göstermektedir. Tezcan'ın (2020) çalışmasında medeni durum ile kültürlerarası duyarlılık arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak bu çalışmada medeni durum ile etnorelativizm arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlar dikkate alındığında iki makalenin sonuçları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Diğer taraftan Tezcan (2020) makalesinde cinsiyet ve yaş ile kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. Bu sonuçlar bu çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Başka bir çalışmada

Bezirgan ve Alamur (2016) çalışmalarında turizm işletmelerinde çalışan personelin kültürlerarası duyarlılıklarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda cinsiyet ve medeni durum ile kültürlerarası duyarlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kadınların erkeklere göre ve evlilerin bekârlara göre kültürel farklılıklara daha saygılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular, bu çalışmanın bulgularıyla örtüşmemektedir. Çünkü kültürlerarası duyarlılık ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Etnorelativizm ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olsa da bekârlar daha etnorelativizm eğilimli çıkmışlardır.

Kültürlerarası duyarlılık ve davranış niyetinin Gelibolu yarımadası tarihi milli parkına gitme sıklığı arasında ki ilişki incelendiğinde etnosentrizm ile Gelibolu Yarımadası

Tarihi Milli Parkı'na gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle etnosentrizm ile gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır (H_{7a}) hipotezi kabul edilmiştir. Ancak etnorelativizm ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu nedenle etnorelativizm ile gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır (H_{7b}) hipotezi desteklenmemiştir. Bu doğrultuda kültürlerarası duyarlılık ile gelibolu'ya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezi (H₇) kısmen desteklenmiştir. Davranış niyeti ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na gitme sıklığı arasında da anlamlı bir ilişki (H₈) bulunmaktadır. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na 10 kez ve üzeri gitmiş olan katılımcıların destinasyonu tavsiye etmeye ve tekrar ziyaret etmeye daha eğilimli oldukları görülmektedir.

Literatürde görüldüğü üzere kültürlerarası duyarlılık çalışmaları, eğitim sektörü üzerine yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte turizmde kültürlerarası duyarlılık çalışmalarına çok az rastlanmıştır Çünkü kültürlerarası duyarlılık ile turizm özellikle yerli literatürde daha yeni çalışılmaya başlanan konular arasında yer almaktadır. Bu nedenle özellikle yerli literatürde bu konu ile ilgili birçok eksik bulunmaktadır. Bu doğrultuda araştırmalara bazı öneriler sunulmaktadır. Bunlar;

- Turistler arasındaki iletişim ile ilgili daha fazla bilgi edinilmesi için kültürlerarası duyarlılık çalışmalarına ihtiyaç vardır. Bu nedenle kültürlerarası duyarlılık ile turizm konularında disiplinlerarası çalışmalar yapılabilir.
- Kültürlerarası duyarlılık ile diğer turizm türleri üzerine çalışmalar yapılabilir. Bu, kültürlerarası duyarlılık ile çeşitli turizm türleri arasında karşılaştırma olanağı sağlayabilir.
- Kültürlerarası duyarlılık çalışmaları genel olarak nicel yöntemler kullanılarak yapılmaktadır. Ancak turistlerin sadece işaretleme yapmayacakları kendi duygularını belirtebilecekleri görüşmeler ile kültürlerarası duyarlılık konusu daha derinlemesine incelenebilir.
- Kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik gibi turizm için önemli bir konunun sadece yerli turistleri konu alarak yapılması bu konunun eksik incelenmesine neden olmaktadır. Bu nedenle yabancı turistlerin Türkiye'ye geldiklerinde ne hissettikleri ile ilgili çalışmalar büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden konunun farklı destinasyonlarda da çalışılması önem arz etmektedir.

- Kùltùrlerarası duyarlılık kùltùrlerarası iletişim yeterliliğinin duygusal boyutu olarak geçmektedir. Bu konunun dışında kùltùrlerarası beceri ve kùltùrlerarası farkındalıkta turizmde çalışılması gereken konular arasında yer almaktadır.
- Üniversite düzeyinde eğitim veren kurumlardaki müfredatların kùltùrlerarası duyarlılık konularına yer verecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

Kùltùrlerarası duyarlılık sadece çalışmalar ile geliştirilebilecek bir tutum değildir. kùltùrlerarası duyarlılığın turizmde gelişebilmesi için turizm işletmelerinin de bu konuyu dikkate almaları gerekmektedir. Bu doğrultuda turizm işletmelerine bazı öneriler sunulmuştur. Bunlar;

- Turizm işletmelerinde ya da destinasyonlarda farklı kùltùrleri bir araya getirerek oyun, etkinlik gibi aktiviteler ile iki kùltürün iletişim kurması sağlanabilir. Bu şekilde iki farklı kùltür arasındaki iletişim problemleri, deneyim sayesinde azalma gösterebilir.
- Turizm işletmelerinde ve turizm sektöründe çalışan personellere kùltùrlerarası iletişim yeterliliği ve kùltùrlerarası duyarlılık ile ilgili eğitimler verilebilir.
- Turist rehberlerine de benzer eğitimlerin verilerek farklı kùltürlerin bir arada olduğu tur programlarında hoşgörünün sağlanması için katkıda bulunulabilir. Bu durum turist rehberlerinin turlarda karşılaştıkları turist-turist arasındaki çatışmaların önüne geebilmelerine yardımcı olacaktır.
- Kùltùrlerarası iletişimdeki personel ve turist arasındaki engellerden biri olan dil ve kùltür sorununun azalma göstermesi için personele farklı kùltürlerle ilgili de eğitimler verilebilir. Bu ise, sektörde etnorelativizmin sağlanmasına yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Adler, Ronald. B.; Towne, Neil. (1987). *Looking Ut/Looking In: Interpersonal Communication New York.*
- Akbulut, Onur; Ekin, Yakın (2018). Reflections of Hajj and Umrah Pilgrimage on Religious Stores in Mugla-Turkey. *The International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6 (3), 18-29.
- Akay, Bayram; Özögütçü, Berkant (2019). Effects of Gastronomy Knowledge and Perception of Tourist Guides on Intention of Recommendation. *MANAS Journal of Social Studies*, 1451-1463.
- Akıncı, Zeki; Kasalak Murad A. (2016). Management of Special Interest Tourism in Terms of Sustainable. (Ed: Cevdet Avcıkurt, Mihaela S. Dinu, Necdet Hacıoğlu, Recep Efe, Abdullah Soykan, Nuray Tetik), *Tourism Global Issues and Trends in Tourism*, Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Akoğlan Kozak, M. ve Kama, S. (2016). Dark (Hüzün) Turizmi Mekanı Olarak Gelibolu, 8. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Nevşehir Üniversitesi-Anatolia Dergisi, Avanos, 28 Nisan-1 Mayıs.
- Akoğlan Kozak, M.; Bahçe, Sadık (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aksakallı, Zuhale; Selçuk, Gökalep N.; Cem, Işık (2017). Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın Hüzün Turizmi ve Mabetleşme Yönünden Değerlendirilmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 215-240.
- Aksoy, Zeynep (2016). Kültürler Arası İletişim Eğitiminde Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Gelişimi Öz Değerlendirmeleri Üzerine Bir İnceleme. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(3), 34-53.
- Aktan, Coskun. C.; Tutar, Hasan (2007). Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Alaeddinoğlu, Faruk; Aliagaoglu, Alpaslan (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 215-225.

- Albayrak, Aslı (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ali-Knight, Jane (2010). The Role of Niche Tourism Products in Destination Development, Edinburgh Napier University, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Edinburgh.
- Alili, Murad (2017). Avrupa'daki ve Türkiye'deki Hüzün Turizmi Destinasyonlarının Karşılaştırması Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 37-50.
- Alili, Murad (2018). Bir Hüzün Turizmi Destinasyonu Olarak Azerbaycan'ın Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Aliman Nor K.; Wahid Shareena (2016). Tourists' Satisfaction with a Destination: An Investigation on Visitors to Langkawi Island. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3):173.
- Alred, Geof; Byram, Mike (2002). Becoming an Intercultural Mediator: A Longitudinal Study of Residence Abroad. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 23(5), 339-352.
- Arasaratnam, Lily A. (2016). Intercultural Competence. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Arıcı, Semih (2018). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanım Şekillerinin Tutum Ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği, Sakarya.
- Arslaner, Ebru; Erol, Günay (2017). Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme (An Evaluation On Some Types Of Alternative Tourism). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 422-438.
- Ashworth, Gregory J. (1998). Contemporary Issues in Heritage and Environment Interpretation: Problems and Prospects (Ed: Uzzell, D., Ballantyne, R., Chichester England). Norwich: The Stationary Office.
- Aslan, Sevinç. (2015). Prison Tourism as a Form of Dark Tourism. *Journal of International Social Research*, 8(40), 600-608.

- Atay, Lütfi; YeşilDağ, Barış (2010). Savaş Alanları ve Turizmi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2) , 65-72.
- Baranaydın, Doğu (2016). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Karanlık Turizm: Yerel Turistlere Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Barron, Paul; Dasli, Maria (2010). Towards an Understanding of Integration amongst Hospitality and Tourism Students using Bennett's Developmental Model of Intercultural Sensitivity. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 9(2), 77-88.
- Bayar, Fırat (2008). Küreselleşme Kavramı Ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 32(1), 25-34.
- Bekiroğlu, Onur; Balcı, Şükrü (2014). Kültürlerarası İletişim Duyarlılığının İzlerini Aramak:“İletişim Fakültesi Öğrencileri Örneğinde Bir Araştırma”. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 35(1), 429-460.
- Belli, Sultan; Özdemir, Ebru G. (2018). Sinop Cezaevi'nin Hüzün Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi: Tripadvisor Örneği. *I. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Kongresi*, 01 Kasım - 03 Kasım, Sakarya.
- Bennett, Milton J. (2014). Intercultural Competence: Vital Perspectives for Diversity and Inclusion. (Ed.: Bernardo M. Ferdman, Barbara R. Deane). *Diversity at Work: The Practice of Inclusion*, San Francisco: CA: Jossey-Bass Bess.
- Bennett, Milton J. (1986). A Developmental Approach to Training for Intercultural Sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations*, 10(2), 179-196.
- Bennett, Milton J. (2009). Defining, Measuring, and Facilitating Intercultural Learning: A Conceptual Introduction to the Intercultural Education Double Supplement. *Intercultural Education*, 20, 1-13.
- Bennett, Milton. J. (2017). Developmental Model of Intercultural Sensitivity. *The International Encyclopedia Of Intercultural Communication*, 1-10.

- Bennett, Milton J. (1993) Towards A Developmental Model Of Intercultural Sensitivity. (Ed:R. Michael Paige). *Education For The Intercultural Experience*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Bezirgan, Muammer; Alamur, Bayram (2016). Investigation of Tourism Employees' Intercultural Sensitivity Levels in Terms of Various Demographic Variables. *Pressacademia Procedia*, 2 (1) , 79-87.
- Bhawuk, Dharm; Brislin, Richard (1992). The Measurement of Intercultural Sensitivity Using The Concepts of Individualism and Collectivism. *International Journal of Intercultural Relations*, 16(4), 413-436.
- Birdir, Kemal; Dalgıç, Ali; Güler, Ozan; Kayaalp, Yusuf (2015). Hüzün Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkını Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 12-23.
- Birna, Avital; Hyde, Kenneth F.; Farmaki, Anna (2013). Dark Tourism Revisited: A Supply/Demand Conceptualisation. *International Journal of Culture, Tourism And Hospitality Research*. 7(3), 281-292.
- Blom, Thomas (2000). Morbid Tourism-A Postmodern Market Niche With An Example From Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift*, 54(1), 29-36.
- Blom, Thomas (2007). Morbid Tourism: The Case of Diana, Princess of Wales And Althorp House. *Royal Tourism: Excursions Around Monarchy*, 142-158.
- Bowman, Michael S.; Pezzullo, Phaedra C. (2009). What's So 'Dark' About 'Dark Tourism'?: Death, Tours, And Performance. *Tourist Studies*, 9(3), 187-202.
- Boylu, Emrah (2014). Dil-Kültür İlişkisi Ve İran'da Türkçe Öğretime Etkisi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (Özel Sayı II), 19-28.
- Byram, Michael (1997). *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence*. Frankfurt: Multilingual Matters.
- Cegala, Donald J. (1981). Interaction Involvement: a Cognitive Dimension of Communicative Competence. *Communication Education*, 30(2), 109-121.

- Ceylan, Seher; Çetin, Ahmet; Ozdipciner, Nuray. (2019). Alternatif Turizm Türleri ile İlgili Bir Literatür Taraması. 4th International Symposium on Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences, 22-24 Kasım, Samsun.
- Chen, Guo-Ming (1997). A Review of The Concept of Intercultural Sensitivity. *Human Communication, 1(1)*, 1-16.
- Chen, Guo-Ming; Starosta, William J. (1996). Intercultural Communication Competence: A Synthesis. *Annals of the International Communication Association, 19(1)*, 353-383.
- Chen, Guo Ming; Starosta, William J. (1997). Chinese Conflict Management and Resolution: Overview and Implications. *Intercultural Communication Studies, 7(1)*, 1-16.
- Chen, Guo-Ming; Starosta, William J. (2000). The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale. *Human Communication, 3*, 1-15.
- Chen, Guo-Ming (1988). 'Relations of The Dimensions of The ICC'. 41p. Paper Presented At Annual Meeting of The Eastern Communication Association, University of Scranton, USA.
- Chi, Christina Geng-Qing; Qu, Hailin. (2008). Examining The Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach. *Tourism Management, 29(4)*, 624-636.
- Çoban, Suzan (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences, 29(2)*, 222-232.
- Cohen, Erik H. (2011). Educational Dark Tourism at An In Populo Site: The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research, 38(1)*, 193-209.
- Coughlin, Maura (2014). Sites of Absence and Presence: Tourism and the Morbid Material Culture of Death in Brittany. *Death Tourism: Disaster Sites As Recreational Landscape*, 183-204.

- Croy, Glen W.; Buissink, Nell (2005). Presentation of Dark Tourism: Te Wairoa, The Buried Village. (Ed: C. Ryan, S. Page, M. Aicken). *Taking Tourism to The Limits*. London: Elsevier.
- Çakar, Kadir. (2018). Experiences of Visitors to Gallipoli, a Nostalgia-Themed Dark Tourism Destination: An Insight from Tripadvisor. *International Journal of Tourism Cities*. 4(1), 98-109.
- Çelenk, Sevilay (2010). Ayrımcılık ve Medya. (Ed: Bülent Çaplı; Hakan Tuncel). *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Fersa Matbaacılık, Ankara.
- Çelik, Ahmet (2017). Hüzün Turizmi Üzerine Bir Derleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 41-55.
- Çelik, Pınar; Topsakal, Yunus (2017). Butterfly Watching In Turkey Within The Scope of Alternative Tourism. *Innovation And Global Issues 1: Extended Abstracts Book*, 70.
- Çetin, Betül (2015). Japon Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının Turist Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
- Çetinsöz, Burçin C. (2017). Karanlık (Dark) Alanları Ziyaret Eden Yerli Turistleri Motive Eden Etmenler: Ankara Ulucanlar Cezaevi Müzesine Yönelik Bir İçerik Analizi. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Alanya-Türkiye, 18-20 Mayıs 2017.
- Çevikersaydı, Bahar S. (2012). Karikatürlerde Dehümanizasyon: Asbarez Gazetesi Örneğinde Türk İmgesi. *Ermeni Araştırmaları*, (41), 75-92.
- Cioccio, Leah; Michael, Ewen J. (2007). Hazard Or Disaster: Tourism Management for the Inevitable in Northeast Victoria. *Tourism Management*, 28(1), 1-11.
- Da Silva, W. C. (2018). Cities Of The Dead People Originating Cities For Living Humans: Study About the Representativeness of the Alecrim Cemetery (Cemitério Do Alecrim), Natal (RN, Brazil) As An Attractive Option For Morbid Tourism. *Turismo E Sociedade*, 11(3), 383-411.

- Dale, C.; Robinson, N. (2011). Dark Tourism. *Research Themes For Tourism*, 205-217.
- Dann, Graham M.; Seaton, A. V. (2001). Slavery, Contested Heritage and Thanatourism. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2(3-4), 1-29.
- Deardorff, Darla K. (2006). Identification and Assessment of Intercultural Competence As A Student Outcome of Internationalization. *Journal of Studies in International Education*, 10(3), 241-266.
- Deardorff, Darla K. (2015). *Demystifying Outcomes Assessment for International Educators*. US: A Practical Approach. Stylus Publishing, LLC.
- Demirkoparan, Melis O. (2009). Post-Modernizm Açısından Pazarlama İletişimi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Dinges, Norman G.; Lieberman, Devorah A. (1989). Intercultural Communication Competence: Coping With Stressful Work Situations. *International Journal of Intercultural Relations*, 13(3), 371-385.
- Doğan, Selen; Kılıç, Selçuk (2008). İlişki Yönetiminde İç ve Dış Müşteri Memnuniyetinin Sağlanması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 60-87.
- Doğaner, Suna (2014). Savaş ve Turizm: Troya ve Gelibolu Savaş Alanları. *Türk Coğrafya Dergisi*, 46, 1-21.
- Dong, Qingwen; Day, Kenneth D.; Collaço, Christine (2008). Overcoming Ethnocentrism Through Developing Intercultural Communication Sensitivity and Multiculturalism. *Human Communication*, 11(1), 27-38.
- Duman, Teoman; Öztürk, Ahmet Bülent (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri İle İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 9-23.
- Dunkley, Ria. (2005). Tourism Society Seminar Event' Dark Tourism-Cashing In On Tragedy?'. *Kensington Close Hotel, London On 17th October*.
- Dunkley, Ria (2007). *The Thanatourist: Collected Tales of The Thanatourism Experience*. University of Wales, Doktora Tezi, USA.

- Dunkley, Ria; Morgan, Nigel; Westwood, Sheena (2007). A Shot in The Dark? Developing A New Conceptual Framework for Thanatourism. *Asian Journal of Tourism and Hospitality, 1(1)*, 54-63.
- Dunkley, Ria; Morgan, Nigel; Westwood, Sheena (2011). Visiting The Trenches: Exploring Meanings And Motivations In Battlefield Tourism. *Tourism Management, 32(4)*, 860-868.
- Duran, Erol (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19*, 291-313.
- Duran, Erol; Aslan, Cumhuri (2016) *Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri*. Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları.
- Duru, Erdiñç (2007). Sosyal Bağlılık Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER), (26)*, 85-94.
- Eid, Riyad; El-Gohary, Hatem (2015). The Role of Islamic Religiosity On The Relationship Between Perceived Value and Tourist Satisfaction. *Tourism Management, 46*, 477-488.
- Emekli, Gözde. (2001). *Bergama'nın Turizm Coğrafyası ve Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri*. İzmir: Bergama Belediyesi Kültür Yayınları.
- Ercan, Mahmut (2015). Kültürlerarası İletişim: Eskişehir'de Yaşayan Altkültür Gruplarından Biri Olan Arnavutların, Hâkim Kültürle İletişimi Bağlamında İncelenmesi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Eskişehir.
- Ergin, Muharrem (1982). *Türk Dil Bilgisi*, İstanbul: Bayrak Yayınevi.
- Erkal, Mustafa (1993). Sosyoloji (Toplumbilimi). İstanbul: Der Yayınevi.
- Fatalaki, Javad Ahmadi (2017). Intercultural Sensitivity and Its Implications In Language Teaching. *Journal for Studies In Management and Planning, 9(3)*, 24-31.
- Foley, Malcolm; Lennon, John J. (1996). JFK And Dark Tourism: A Fascination With Assassination. *International Journal of Heritage Studies, 2(4)*, 198-211.

- Foote, Nelson N (1955). *Identity and Interpersonal Competence; A New Direction in Family Research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Frew, Elspeth; White, Leanne (2013). Commemoration, Communication and Dark Tourism: The Cyclone Tracy Exhibit At The Northern Territory Museum. *CAUTHE 2013: Tourism And Global Change 9-12 February*, Australia.
- Gitelson, Richard J.; Crompton, John L. (1984). Insights Into The Repeat Vacation Phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 11(2), 199-217.
- Godbey, Emily (2006). Disaster Tourism and The Melodrama of Authenticity: Revisiting The 1889 Johnstown Flood. *Pennsylvania History: A Journal of Mid-Atlantic Studies*, 73(3), 273-315.
- Gosar, Anton; Koderman, Miha; Rodela, Mariana (2015). Dark Tourism. Post-WWI Destinations Of Human Tragedies And Opportunities For Tourism Development: Proceedings Of International Workshop. *UPP Monograph Series*.
- Graham M.S. Dann, A.V. Seaton (2001). Slavery, Contested Heritage, and Thanatourism. *International Journal Hospitality & Tourism Administration*. 2(3-4), 1-29.
- Gökalp, Ziya (1976). *Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak* (Vol. 4). İstanbul: Ötüken Kitapevi.
- Gudykunst, William B.; Hammer, Mitchell. R.; Wiseman, Richard L. (1977). An Analysis of An Integrated Approach To Cross-Cultural Training. *International Journal of Intercultural Relations*, 1(2), 99-110.
- Gülduran, Aslı; Çaprak, Doğan; Gürdoğan, Arzu (2020). Turizm İşletmeciliği Alanında Lisansüstü Eğitim Alan Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Düzeyinin Değerlendirilmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research/JRTR*, 7(4), 665-688.
- Güncü, Arzu; Güneş, Erkan (2017). 1939 Depremi ile Afet Yeri Olan Erzincan'ın Hüzün Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Studies*, 12(29), 251-270.
- Güngör, Feyza. Ş. (2018). *Zenofobi: Yabancı Düşmanlığına Felsefi Bir Yaklaşım*. Ankara: Maarif Mektepleri.
- Güvenç, Bozkurt (2002). *Kültürün Abc'si* (7. Bs.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Hall, Edward. T.(1959). *The Silent Language* (Vol. 948). New York: Anchor Books.
- Hall, John; Basarin, V. John; Lockstone-Binney, Leonie (2010). An Empirical Analysis of Attendance at A Commemorative Event: Anzac Day at Gallipoli. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 245-253.
- Hammer, Mitchell R.; Bennett, Milton J.; Wiseman, Richard (2003). Measuring Intercultural Sensitivity: The Intercultural Development Inventory. *International Journal of Intercultural Relations*, 27(4), 421-443.
- Hançerlioğlu, Orhan (1986). *Toplumbilim Sözlüğü* (Vol. 74). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harlak, Hacer (2000). *Önyargılar*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Hartmann, Rudi (2014). Dark Tourism, Thanatourism, and Dissonance in Heritage Tourism Management: New Directions in Contemporary Tourism Research. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 166-182.
- Haviland, William. A. (2008). *Kültürel Antropoloji*. (Çev: İnan Deniz Erguvan Sarioğlu). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Haywood, K. Michael (1989). Managing Word of Mouth Communications. *Journal of Services Marketing*, 3(2), 55-67.
- Hogg, Michael A.; Vaughan, Graham M. (2017). *Sosyal Psikoloji*. (Çev: Aydın Gelmez; İbrahim Yıldız) İstanbul: Ütopya Yayınları.
- Holguin, Sandie (2005). “National Spain Invites You”: Battlefield Tourism During The Spanish Civil War. *The American Historical Review*, 110(5), 1399-1426.
- Hu, Bo (2003). The Impact of Destination Involvement on Travelers' Revisit Intentions. Doktora Tezi. Purdue University. USA.
- Hultman, Magnus; Skarmeas, Dionysis; Oghazi, Pejvak; Beheshti, Hooshang M. (2015). Achieving Tourist Loyalty Through Destination Personality, Satisfaction, and Identification. *Journal of Business Research*, 68(11), 2227-2231.
- İlgar, Rüştü (2015). Mabetleşen Bir Mekân: Gelibolu Yarımadası Tarihi Savaş Alanları Turizmi. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yılığ*, 13 (19), 1-20.

- Isaac, Rami K.; Çakmak, Erdinç (2014). Understanding Visitor's Motivation at Sites of Death and Disaster: The Case of Former Transit Camp Westerbork, The Netherlands. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 164-179.
- İlban, Mehmet. O.; Bezirgan, Muammer; Çolakoğlu, Fatih. (2016). Termal Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği. *Anatolia* 27(2), 181-194.
- İpar, Mehmet S.; Doğan, Mustafa (2013). Destinasyonun Turist Açısından Önem-Memnuniyet Modeli İle Değerlendirilmesi: Edremit Üzerine Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13), 129-154.
- İnan, Eda Atılğan; Akinci, Serkan; Kıymalıoğlu; Aslıhan; Akyurek, M. Savaş (2011). Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi. *Ege Academic Review*, 11(3), 487-497.
- Bennett, Milton. (1998). *Intercultural Communication: A Current Perspective. Basic Concepts of Intercultural Communication. Selected Readings.* Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Kahraman, Mert (2019). Fast Food Zincirlerinde Marka Algısı ve Müşteri Memnuniyetinin Marka Tercihleri İle Olan İlişkilerinin X Ve Y Kuşağına Göre Karşılaştırılmalı İncelenmesi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bilim Dalı, İstanbul.
- Kang, Eun-Jung; Scott, Noel; Lee, Timothy J.; Ballantyne, Roy (2012). Benefits of Visiting A 'Dark Tourism'site: The Case of The Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33(2), 257-265.
- Karagöz, Yalçın (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği.* Ankara: Nobel Yayınevi.
- Karakan, Halil İ. (2019). Türkiye'yi Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Olmayan Turistlerin Algıladıkları Risk Faktörlerinin ve Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. Mersin Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin.

- Kartarı, Asker (2013). *Kültürlerarası İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Kaya, Ozan. (2006). Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma Ve Sonuçları. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Kealey, Daniel J. (1989). A Study of Cross-Cultural Effectiveness: Theoretical Issues, Practical Applications. *International Journal of Intercultural Relations*, 13(3), 387-428.
- Kelman, Ilan; Dodds, Rachel (2009). Developing A Code of Ethics for Disaster Tourism. *International Journal Of Mass Emergencies And Disasters*, 27(3), 272-296.
- Kılıç, Burhan; Akyurt, Hande (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 10(1), 209-232.
- Kılıç, Burhan; Öter, Zafer (2015). *Turizm Pazarlamasında Güncel Yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım AŞ.
- Kılıç, Nermin (2017). Çevre ve Dış Politika İlişkisi: Çernobil Kazası ve Türk Dış Politikasına Yansıması. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 151-179.
- Koca, Selçuk. K. (2010). Genel Hatları ile Kültür ve Sembol İlişkisi. *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*.2, 87-94.
- Kozak, Meryem A.; Evren, Savaş; Çakır, Onur (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kirillova, Ksenia; Lehto, Xinran; Cai, Liping (2015). Volunteer Tourism and Intercultural Sensitivity: The Role of Interaction with Host Communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 382-400.
- Kristeva, Julia (1991). *Strangers To Ourselves*. USA: Columbia University Press.

- Kuo, Nien-Te; Chang, Kuo-Chien; Cheng, Yi-Sung; Lin, Jui-Chou. (2016). Effects of Tour Guide Interpretation And Tourist Satisfaction on Destination Loyalty in Taiwan's Kinmen Battlefield Tourism: Perceived Playfulness and Perceived Flow As Moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 103-122.
- Köleoğlu, Nilay (2018). Hüzün Turizmi ve Gelibolu Tarihi Alan Bölgesinde Yaşayan Yerel Halk Üzerindeki Etkisinin Kümeleme Analizi İle Modellenmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13) , 144-153.
- Korkmaz, Halil; Kafa, Neşe (2020). Gökçeada İmajının Yerli Turistlerin Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi. *Türk Turizm Arastırmaları Dergisi*. 4(4). 3152-3173.
- Lee, Sangjae; Jeon, Sungil; Kim, Doyoung (2011). The Impact of Tour Quality and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: The Case of Chinese Tourists in Korea. *Tourism Management*, 32(5), 1115-1124.
- Lee, Yi-Ju (2016). The Relationships Amongst Emotional Experience, Cognition, and Behavioural Intention in Battlefield Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(6), 697-715.
- Lennon, John J. (2017). Dark Tourism Sites: Visualization, Evidence and Visitation. UK: *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 9(2), 216-227.
- Lennon, John J.; Foley, Malcolm (1999). Interpretation of The Unimaginable: The US Holocaust Memorial Museum, Washington, DC, And "Dark Tourism". *Journal of Travel Research*, 38(1), 46-50.
- Lennon, John J.; Foley, Malcolm (2000). *Dark Tourism*. Cengage Learning EMEA.
- Lewis, Catherine (2008). Deconstructing Grief Tourism. *International Journal of The Humanities*, 6(6). 165-169.
- Lewis, Tammy L. (2007). Viewing The Wreckage: Eco-Disaster Tourism in The Wake Of Katrina. *Societies Without Borders*, 2(2), 175-197.
- Light, Duncan (2017). Progress İn Dark Tourism And Thanatourism Research: An Uneasy Relationship With Heritage Tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301.

- Mckay, Jim (2013). A Critique of The Militarisation of Australian History and Culture Thesis: The Case of Anzac Battlefield Tourism. *Portal. Journal of Multidisciplinary International Studies*, 10(1), 1-25.
- Medina-López-Portillo, Adriana (2004). Intercultural Learning Assessment: The Link Between Program Duration and The Development of Intercultural Sensitivity. *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, 10(1), 179-200.
- Miller, D. Shondell (2008). Disaster Tourism and Disaster Landscape Attractions After Hurricane Katrina. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 2(2), 115-131.
- Melanie Bloom; Arturo Miranda (2015) Intercultural Sensitivity Through Short-Term Study Abroad, *Language and Intercultural Communication*, 15(4), 567-580.
- Mellizo, Jennifer M. (2017). Exploring Intercultural Sensitivity in Early Adolescence: A Mixed Methods Study. *Intercultural Education*, 28(6), 571-590.
- Miles, Stephen (2014). Battlefield Sites As Dark Tourism Attractions: An Analysis of Experience. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 134-147.
- Miles, Stephen (2012). *Battlefield Tourism: Meanings and Interpretations* Doktora Tezi, University of Glasgow, USA.
- Miles, William F. (2002). Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1175-1178.
- Moeller, Maricki (2007). Battlefield Tourism in South Africa with Special Reference To Isandlwana and Rorke's Drift Kwazulu-Natal. Doktora Tezi, University of Pretoria. Africa.
- Niemelä, Titta. (2010). Motivation Factors in Dark Tourism: Case: House of Terror. Finlandia: Lahti University of Applied Sciences Degree Programme in Tourism and Hospitality Management. Yayınlanmamış Lisans Tezi. Finlandiya.
- Odabaşı, Yavuz (2004). *Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- Okello, Moses Makonjio; Yerian, Sarah (2009). Tourist Satisfaction in Relation to Attractions and Implications for Conservation in The Protected Areas of The Northern Circuit, Tanzania. *Journal Of Sustainable Tourism*, 17(5), 605-625.
- Okumuş, Ejder (2016). *Toplum Bağlamında Din-Kültür Etkileşimi*. Electronic Turkish Studies, 11(7), 269-292.
- Olson, Lee, Christa; Kroeger, Kent (2001). Global Competency and Intercultural Sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, 5(2), 116-137.
- Onur, F. Hilal (2003). Öteki Sorunsalının "Alterite" Kavramı Çerçevesinde Yeniden Okunması Üzerine Bir Deneme. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 255-277.
- Oppermann, Martin (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78-84.
- Oyur, Emine (2019). *Çok Kültürlü Kişilik-Kimlik ve Kültürlerarası İletişim*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Öğüt, Nesrin (2018). *Kültürlerarası İletişim ve Duyarlılık*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Özçelik, Handan (2012). Gelibolu-Waterloo Karşılaştırması Yoluyla Türkiye’de Keder Turizmi Potansiyeli Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özsüer, Esra (2012). Türk-Yunan İlişkilerinde “Biz” Ve “Öteki” Önyargıların Dinamikleri, *Avrasya İncelemeleri Dergisi (AVİD)*, 1/2, 269-309.
- Paola Ruiz-Bernardo, María Luisa Sanchiz-Ruiz ve Jesús Gil-Gómez (2014). Study of Intercultural Sensitivity Among Young People in The Province of Castellón, Spain. *Procedia. Social And Behavioral Sciences*. 132, 318-323
- Parker, Barbara; Mcevoy, Glenn. M. (1993). Initial Examination of A Model of Intercultural Adjustment. *International Journal of Intercultural Relations*, 17(3), 355-379.
- Penbek, Şebnem; Yurdakul, Dicle; Cerit, A. Guldem (2009). Intercultural Communication Competence: A Study About The Intercultural Sensitivity of University Students Based on Their Education and International Experiences. *European and Mediterranean Conference on Information Systems*. 13-14 July. İzmir.

- Peng, Shi-Yong (2006). A Comparative Perspective of Intercultural Sensitivity Between College Students and Multinational Employees in China. *Multicultural Perspectives*, 8(3), 38-45.
- Podoshen, Jeffrey S.; Hunt, James M. (2011). Equity Restoration, The Holocaust and Tourism of Sacred Sites. *Tourism Management*, 32(6), 1332-1342.
- Podoshen, Jeffrey S. (2017). Trajectories in Holocaust Tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 12(4), 347-364.
- Ramseook-Munhurrun, Prabha; Seebaluck, Vishwadeo N.; Naidoo, Perunjodi (2015). Examining The Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case Of Mauritius. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 175, 252-259.
- Rengi, Öznur; Polat, Soner (2014). Sınıf Öğretmenlerinin Kültürel Farklılık Algıları ve Kültürlerarası Duyarlılıkları. *Journal of World of Turks*, 6(3), 135-156.
- Robbie, Deron (2008). Touring Katrina: Authentic Identities and Disaster Tourism in New Orleans. *Journal of Heritage Tourism*, 3(4), 257-266.
- Robinson, Mike; Novelli, Marina (2005). Niche Tourism: An Introduction. (Ed. Marina Novelli) *Contemporary Issues, Trends and Cases*, 1-11, Elsevier.
- Ruben, Brent (1976). Assessing Communication Competency For Intercultural Adaptation. *Group; Organization Studies*, 1(3), 334-354.
- Rucińska, Dorota; Lechowicz, Maciej (2014). Natural Hazard and Disaster Tourism. *Miscellanea Geographica*, 18(1), 17-25.
- Ruiz-Bernardo, Paola; Sanchiz-Ruiz, Maria L.; Gil-Gómez, Jesus (2014). Study of Intercultural Sensitivity Among Young People in The Province of Castellón, Spain. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 132, 318-323.
- Ruokonen, Inkeri; Kairavuori, Seija (2012). Intercultural Sensitivity of The Finnish Ninth Graders. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 45, 32-40.
- Ryan, Chris. (Ed.). (2007). *Battlefield Tourism*. Routledge: Elsevier.

- Ryan, Chris; Kohli, Rahul (2006). The Buried Village, New Zealand—An Example of Dark Tourism? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(3), 211-226.
- Sağlam Çay, Tuba; Yaşar, Mustafa (2017). Teoride, Pratikte ve Araştırmalarda Öteki ve Ötekileştirme. *International Periodical for The Languages*, 12(3), 135-154.
- Salomonsen, Moses (2018). Creativity and Intercultural Competence in Multicultural Organizations From A Pragmatism Framework. Aalborg University, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Danimarka.
- Sarı, Engin (2004). Kültürlerarası İletişim: Temeller, Gelişmeler, Yaklaşımlar. *Folklore/Edebiyat*, X (29), 1-31.
- Seaton, A. V. (1996). Guided By The Dark: From Thanatopsis To Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.
- Seaton, A. V. (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1815–1914. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 130-158.
- Seaton, A. V. (2000). “Another Weekend Away Looking For Dead Bodies...”: Battlefield Tourism on The Somme and In Flanders. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 63-77.
- Seaton, A. V.; Lennon, John. J. (2004). *Thanatourism In The Early 21st Century: Moral Panics, Ulterior Motives And Alterior Desires*. (Ed: T. V. Singh), Wallingford: New Horizons In Tourism: Strange Experiences And Stranger Practices.
- Seçilmiş, Cihan (2012). Termal Turizm Destinasyonlarından Duyulan Memnuniyet Düzeyinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: "Sakarılıca Örneği" . *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39) , 231-250.
- Sharma, Subbash; Shimp, Terence. A.; Shin, Jeongshin (1995). Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 23(1), 26–37
- Sharpley, Richard (2005). Travels To The Edge of Darkness: Towards A Typology of Dark Tourism. (Ed: Chris Ryan, Stephen J. Page, Michelle Aicken), *Taking Tourism To The Limits: Issues, Concepts And Managerial Perspectives*, New York: Elsevier.

- Sharpley, Richard; Wright, Daniel (2018). Disasters and Disaster Tourism: The Role of The Media. (Ed: R. Stone, P., Hartmann, R., Seaton, T., Sharpley, R., White, L.), *The Palgrave Handbook Of Dark Tourism Studies*, London: Palgrave Macmillan.
- Slade, Peter (2003). Gallipoli Thanatourism: The Meaning of Anzac. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 779-794.
- Soylu, Yasin; Özkök, Ferah (2016). Turistik Destinasyonlarda Taşıma Kapasitesi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(36), 565-581.
- Spitzberg, Brian H. (2000). A Model of Intercultural Communication Competence. (Ed: L. Samovar; R. Porter), *Intercultural Communication: A Reader*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Spitzberg, Brian H.; Changnon, Gabrielle (2009). Conceptualizing Intercultural Competence. (Ed. Darla K. Deardorff), *The Sage Handbook of Intercultural Competence*, Los Angeles: Sage Publications.
- Spitzberg, Brian. H.; Cupach, William. R. (1984). *Interpersonal Communication Competence*. Sage Publications, Inc.
- Starosta, William J.; Chen, Guo-Ming (2001). A Fifth Moment In Intercultural Communication?: A Dialogue. In *Meeting of The National Communication Association, Atlanta, GA*.
- Stone, Philip; Sharpley Richard (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574–595.
- Stone, Philip (2013). Dark Tourism Scholarship: A Critical Review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307-318.
- Stone, Philip (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards A Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54 (2), 145-160.
- Stone, Philip (2009). Making Absent Death Present: Consuming Dark Tourism In Contemporary Society. (Ed: Richard Sharpley, Philip R. Stone). *The Darker Side*

- of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, Bristol: Channel View Publications.
- Stone, Philip; Sharpley, Richard (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595.
- Summer, William (1906). *Folkways: A Study of The Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores, And Morals*. Boston: Ginn.
- Tarlow Peter. E. (2005). Dark Tourism: The Appealing 'Dark Side' of Tourism and More. (Ed: Marina Novelli). *Niche Tourism—Contemporary Issues, Trends And Cases*. Oxford: Butterworthheinemann.
- Taylak, Muammer (1998). *Etnografya'dan Anıtkabir'e*. İstanbul: Şekerbank Kültür Yayınları.
- Taylor, Charles (1994). *Multiculturalism: Examining The Politics of Recognition*. (Ed: Amy Gutmann), Princeton: Princeton University Press.
- Temel Eğinli, Ayşen. (2012). Kültürlerarası Yeterliliğin Kazanılmasında Kültürel Farklılık Eğitimlerinin Önemi. *Öneri Dergisi*, 9(35), 215-227.
- Tezcan, Ayşe Ebru (2020). Turist Rehberlerinin Kültürlerarası Duyarlılık ve Etnikmerkezcilik Düzeylerinin Belirlenmesi. Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tırıl, Alpay; Aydemir, Leyla.(2018). Bir Özel İlgi Turizmi Olarak Edebiyat Turizmi ve Türkiye'nin Edebiyat Turizmi Potansiyeli. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 2 (2), 161-184.
- Torun, Ayla (2015). "Öteki" İle "Biz" İlişkisinde Yeni Medya. Sosyal ve Beşeri Bilimlere ve Küresel Yaklaşımlar. Kuram ve Uygulamalar Uluslararası Sempozyumu, 16-18 Eylül 2015, Varşova Polonya.
- Tucker, Hazel; Shelton, Eric. J.; Bae, Hanna (2017). Post-Disaster Tourism: Towards A Tourism of Transition. *Tourist Studies*, 17(3), 306-327.
- Turhan, Mümtaz (1969). *Kültür Değişmeleri*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

- Türksoy, Adnan; Yürük, Esin Özkan (2008). *Özel İlgi Turizmi. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Uluçecen, Tolga H. (2011). *Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.*
- Van Hoving, Daniel; Wallis, Lee; Docrat, Fathima.; De Vries, Shaheem (2010). Haiti Disaster Tourism—A Medical Shame. *Prehospital and Disaster Medicine*, 25(3), 201-202.
- Varol, İlbey (2015). *Turist Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi: Edremit Körfezi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.*
- Vuckovic, Aleksandra (2008). Inter-Cultural Communication: A Foundation of Communicative Action. *Multicultural Education & Technology Journal*, 2(1), 47-59.
- Waite, Lexie. (2011). Alcatraz Island. *Museums & Social Issues*, 6(1), 99-104.
- Walter, Tony (2009). *Dark Tourism: Mediating Between The Dead and The Living.* (Ed. Richard Sharpley, Philip R. Stone). *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, Bristol: Channel View Publications.
- Whittall, Edward. (2012). *The Gates: Liminality and Grief Tourism in New York City, Post 9/11—And—The Lives Of Animals: A Play Based on The Novella By JM Coetzee.*
- Wight, Alexander C. (2006). Philosophical and Methodological Praxes in Dark Tourism: Controversy, Contention and The Evolving Paradigm. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 119-129.
- Wilson, Jacqueline Z. (2008). *Prison: Cultural Memory and Dark Tourism.* New York: Peter Lang.
- Winter, Caroline. (2011). Battlefield Visitor Motivations: Explorations in The Great War Town of Leper, Belgium. *International Journal of Tourism Research*, 13(2), 164-176.

- Yan, Bing- Jan; Zhang, Jie; Zhang, Hong-Lei; Lu, Shao-Jing; Guo, Yong- Rui. (2016). Investigating The Motivation–Experience Relationship İn A Dark Tourism Space: A Case Study of The Beichuan Earthquake Relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121.
- Yanardağ, Alaaddin (2017). Örf ve Adetler Sosyolojisi. *Iğdır Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(9), 39-63.
- Yazıcı, Mehmet (2014). Değerler ve Toplumsal Yapıda Sosyal Değerlerin Yeri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 209-223.
- Yeşildağ, Barış; Atay, Lütfi. (2011). Savaş Alanları Turizmi: Gelibolu Yarımadasına Gelen Ziyaretçilere Yönelik Bir Çalışma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (26) , 267-280.
- Yıldız, Zafer; Yıldız, Savaş; Aytemiz, Levent (2015). Kara Turizm, Terör Turizmi ve Türkiye Potansiyeli. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 390-407.
- Yiğit, Sema (2014). Kültür, Örgüt Kültürü ve İnovasyon İlişkisi Bağlamında “İnovasyon Kültürü”. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16 (27), 1-7.
- Yirik, Şevket; Seyitoğlu, Faruk. (2014). Hüzün Turizmi ve Mabetleşme Süreci Kapsamında " Sarıkamış ". 15. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara.
- Yuill, Stephanie (2003). Understanding Visitor Motivation at Sites of Death And Disaster. Texas A&M University Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Texas.
- Yurur, Senay; Koc, Erdogan; Taskin, Cagatan; Boz, Hakan (2019) Factors Influencing Intercultural Sensitivity of Hospitality Employees. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-19.
- Zeithaml, Valarie A., Berry, Leonard L.; Parasuraman, A Parsu (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zhang, J. J. (2010). Of Kaoliang, Bullets and Knives: Local Entrepreneurs and The Battlefield Tourism Enterprise In Kinmen (Quemoy), Taiwan. *Tourism Geographies*, 12(3), 395-411.

İnternet Kaynakları

- Cnnturk. https://www.cnnturk.com/fotogaleri/_yasam/_auschwitz-kampi-insanligin-olduruldugu-yer?page=10 (Erişim Tarihi: 24.06.2020)
- Hürriyet. <https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/cebnobil-resmen-turistik-bolge-oluyor-41280714>, (Erişim Tarihi: 24.06.2020)
- Dailymail. <https://www.dailymail.co.uk/travel/article1315608/Chernobyl-tourist-attraction-25-years-disaster.html>, (Erişim Tarihi: 24.06.2020)
- Müze. <https://www.muze.gov.tr> (Erişim Tarihi:29.06.2020)
- Dailymail. <https://Www.Dailymail.Co.Uk/Travel/Article1315608/Chernobyl-Tourist-Attraction-25-Years-Disaster.Html> (Erişim Tarihi: 26.06.2020).
- Hürriyet. <https://Www.Hurriyet.Com.Tr/Seyahat/Cernobil-Resmen-Turistik-Bolge-Oluyor-41280714> (Erişimtarihi: 26.06.2020)
- Ulucanlar Cezaevi Müzesi. <https://Www.Ulucanlarcezaevimuzesi.Com.Tr/Tarihce/> (Erişim Tarihi: 26.06.2020)
- Yearofthefly. <http://yearofthefly.org/2890/gelibolu-yarimadasi-haritasi/nilfm-gelibolu-yarimadasi-tarihi-milli-parki-gelibolu-yarimadasi-haritasi/> (Erişim Tarihi: 10.12.2020).

EKLER

EK-1: KÜLTÜRLERARASI DUYARLILIK GELİŞİMİ ÖLÇEĞİ

Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli Ölçeği						
1	Kendi kültürümden başka farklılık yaşamak istemiyorum.	1	2	3	4	5
2	Kendi dünya görüşümü korumak için kendimi kültürel farklılıklardan bilerek ayırdım.	1	2	3	4	5
3	Kültürel farklılıkların gerçekten farkında değilim.	1	2	3	4	5
4	İnsanların benim gibi görünüp davrandığı bir toplulukta yaşamak ve çalışmak beni rahatlatıyor.	1	2	3	4	5
5	Kültürel çeşitliliğin gerçekten sadece başka yerlerde var olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
6	Diğer kültürleri inkâr ediyorum.	1	2	3	4	5
7	Benim kültürüm diğer kültürlerden üstün.	1	2	3	4	5
8	Çevremde farklı kültürden insanlar olduğunda, kültürel değerlerimin tehdit altında olduğunu hissediyorum.	1	2	3	4	5
9	Bazen, farklı kültürden insanlar hakkında aşağılayıcı şeyler düşünüyorum.	1	2	3	4	5
10	Başka kültürden insanların iyi davranılmayı hak etmediklerini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
11	Gelibolu Yarımadası'na yapmış olduğum yolculuk, başka kültürden insanların bana kaba davrandıklarının farkına varmamı sağladı.	1	2	3	4	5
12	Yolculuk, turistler hakkında beni rahatsız eden birçok şeyin olduğunu fark etmemi sağladı.	1	2	3	4	5
13	Biyolojik olarak hepimiz aynı özelliklere sahibiz. Bu yüzden tüm kültürler benzer davranışlara sahiptir.	1	2	3	4	5
14	Bütün insanlar, aynı evrensel değerleri paylaşır.	1	2	3	4	5
15	Kendi kültürüme ait unsurların tüm kültürlerde de var olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
16	Kültürel farklılıklar genellikle fazla abartılır.	1	2	3	4	5

17	Kültürel farklılıkların var olduğuna inanıyorum. Ama benzerliklere odaklanmamız gerektiğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
18	Tüm kültürlerdeki insan davranışları içgüdüsel olduğu için anlaşılabilir.	1	2	3	4	5
19	Tüm insanlar, aynı tarihsel, ekonomik, politik, psikolojik ilkelere sahip olduğu için, yasa ve ilkeler kültürlere göre değişmez.	1	2	3	4	5
20	İnsan davranışları evrenseldir: Bir gülümseme nereye giderseniz gidin aynı gülümsemedir.	1	2	3	4	5
21	Kültürlerarası farklılıklara saygı duyuyorum.	1	2	3	4	5
22	Kültürlerarası farklılıklara meraklı ve saygılıyım.	1	2	3	4	5
23	Kültürel çeşitlilik tercih edilen bir durumdur.	1	2	3	4	5
24	Sözel ve sözel olmayan davranışların kültürler arasında farklılık gösterdiğine ve saygı duyulmaya değer olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5
25	Kültürel farklılıklar, dünya görüşünde ki ayrımlardan kaynaklanmaktadır.	1	2	3	4	5
26	Dünya görüşümün diğer dünya görüşleriyle eşit olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5
27	Diğer kültürlerle uygun şekilde hareket edebilirim.	1	2	3	4	5
28	Kültürel farklılığın her zaman o kültür bakış açısıyla anlaşılması gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
29	Kültürün bir süreç olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5
30	Başka bir dünya görüşüne katılmak için kendi dünya görüşümü geçici olarak bırakabiliyorum.	1	2	3	4	5
31	Çevremde farklı kültürden insanlar olduğu için kültürel farklılıklar konusunda olumlu hissediyorum.	1	2	3	4	5
32	Kimliğim temel olarak herhangi bir kültüre dayanmıyor.	1	2	3	4	5
33	Farklı kültürel bakış açısıyla durumları analiz edebilir ve değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5

Gelibolu Yarımadası' na yapmış olduğum yolculuk

34	Bana belirli bir kültüre değil, dünya kültürüne ait olduğumu anlamamı sağladı.	1	2	3	4	5
35	Yolculuktan sonra kendimi köksüz hissediyorum çünkü kültürel bir kimliğim olduğunu sanmıyorum.	1	2	3	4	5

36	Bana dünyadaki insanların “insanlarımız” ve “diğer insanlar” şeklinde bölündüğünü düşündürdü.	1	2	3	4	5
37	Bana, turistlerden rahatsız olduğumu düşündürdü.	1	2	3	4	5
38	Bana diğer kültürleri temsil eden birçok insanın kibirli olduğunu anlamamı sağladı.	1	2	3	4	5
39	Benim, tüm insanların isteklerinin aynı olduğunu fark etmemi sağladı.	1	2	3	4	5
40	Etik bir sorun olduğunda tüm insanların neredeyse aynı şekilde davrandığını anlamamı sağladı.	1	2	3	4	5
41	Farklı kültürlerin gelenekleri arasında bazı farklılıklar olsa da, tüm insanların derinde benim gibi olduğunu fark etmemi sağladı.	1	2	3	4	5
42	Diğer kültürlerden hoşlandığımı fark ettirdi.	1	2	3	4	5
43	Yolculuktan sonra, insanların farklı olmasının iyi bir şey olduğunu düşünmeye başladım.	1	2	3	4	5
44	Yolculuktan sonra kültürlerarası iletişim becerilerimi geliştirdim.	1	2	3	4	5
45	Yolculuktan sonra birden fazla dünya görüşünü içselleştirdim.	1	2	3	4	5
46	Yolculuktan sonra kültürel becerilerime başka kültürlerden yeni sözel ve sözel olmayan iletişim becerileri ekledim.	1	2	3	4	5
47	Yolculuktan sonra diğer kültürlerle uyumlu davranabiliyorum, ancak yine de kendi değerlerime uyuyorum.	1	2	3	4	5
48	Farklı kültürlerde ki insanların duygularını çeşitli şekillerde ifade etmelerinin yanlış anlaşılmaya neden olabileceğini fark etmemi sağladı.	1	2	3	4	5

EK-2: DAVRANIŞ NİYETİ ÖLÇEĞİ

Davranış Niyeti Ölçeği						
49	Bu destinasyonu başkalarına tavsiye edeceğim	1	2	3	4	5
50	Bu destinasyon ile ilgili diğer insanlara olumlu şeyler söyleyeceğim	1	2	3	4	5
51	Arkadaşlarımı ve akrabalarımı bu destinasyonu ziyaret etmeye teşvik edeceğim	1	2	3	4	5
52	Önümüzdeki 3 yıl içinde bu varış yerini tekrar ziyaret edeceğim	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : Uşak, Ezgi Can
Uyruğu :
Doğum Tarihi ve Yeri :
Telefon :
E-mail :

Eğitim

<i>Derece</i>	<i>Eğitim Birimi</i>	<i>Mezuniyet Tarihi</i>
Yüksek lisans	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Devam Ediyor.
Lisans	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	2018
Lise	Bahçelievler Lisesi	2012

İş Deneyimi

<i>Yıl</i>	<i>Yer</i>	<i>Görev</i>
2015	Antalya-Anı Tur	Otel Rehberliği

Yabancı Dil

İngilizce-Orta