

Turizmde Yabancılaşmanın Siyasal Etkisi: Turizm Jeopolitiği Bağlamında Eleştirel Bir Değerlendirme

The Political Impact of Alienation in Tourism: A Critical Evaluation in the Context of Tourism Geopolitics

Mazlum AR



Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Fen Edebiyat
Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Kırşehir, Türkiye

ÖZ

Özgürlüğün bir ifadesi olan turizm, jeopolitik ve dolayısıyla özgürlüğün sınırlandırılması anlamında güç uygulamaları tarafından giderek daha fazla koşullandırılmaktadır. Bu çerçevede temalaşan turizmin jeopolitik bağlamı ülkeler ve bölgeler arasındaki kültürel, çevresel, siyasal ve ekonomik etkiler kadar yerel ölçekte meydana gelen hareketlilikler, eşitsizlikler ve buna aracılık eden güç/iktidar odaklarının uygulamalarını inceleyerek siyaset ve mekân arasındaki gömülü olan yapısal ilişkileri ortaya çıkartmaktadır. Bu kapsamda bu makale, bireyler ve çıkar grupları için önemli bir sosyoekonomik, kültürel ve siyasal performans alanı olan turizmi jeopolitik ve yabancılaşma kuramsal/kavramsal zeminden hareketle ele alarak Türkiye’de turizmde yabancılaşmanın nedenleri, toplumsal sonuçları ve buna etki eden siyasal pratikleri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmanın veri seti haber siteleri ve YouTube dijital veri tabanlarından elde edilerek içerik analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda siyasal yapının/aktörlerin ve ilişkili olan çıkar gruplarının uygulamalarından ötürü yerel toplumun sosyoekonomik, kültürel ve psikolojik açıdan destinasyonlara ve turizm hareketliliğine yabancılaştığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafya, milliyet farkı, turizm, turizm jeopolitiği, yabancılaşma

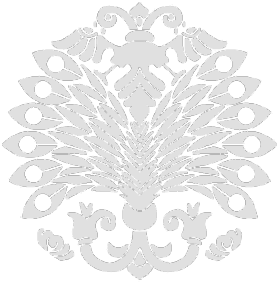
ABSTRACT

Tourism, as an expression of freedom, is increasingly conditioned by geopolitics and thus by the exercise of power in terms of limiting freedom. The geopolitical context of tourism, which is thematized in this framework, reveals the embedded structural relations between politics and space by examining the cultural, environmental, social, political, and economic impacts between countries and regions, as well as the local mobilizations, inequalities, and practices of power centers that mediate them. In this context, this article aims to analyze the causes of alienation in tourism in Türkiye, its social consequences, and the political practices that affect it by addressing tourism, which is an important socioeconomic, cultural, and political performance field for individuals and interest groups, from the theoretical/conceptual grounds of geopolitics and alienation. The data set of the study, in which the qualitative research method was used, was obtained from news websites and YouTube digital databases and analyzed with the content analysis technique. As a result of the research, it is understood that the local community is alienated from destination and tourism mobility in socioeconomic, cultural and psychological terms due to the practices of the political structure/actors and related interest groups.

Keywords: Geography, nationality difference, tourism, tourism geopolitics, alienation

Giriş

Ekonomik ve siyasi güç arasındaki bağı incelemek için coğrafya ve turizm çalışmaları alanlarından akademisyenleri bir araya getiren turizmin jeopolitiği, disiplinler arası bir araştırma konusu olarak özellikle 21. yüzyılda önemli bir gelişme yaşamıştır. Bu sadece uluslararası turizm pazarında kitle turizminin ortaya çıkarttığı artan sınır ötesi hareketlilik nedeniyle değil, aynı zamanda turistlerin değişen faaliyetlerinin artışıyla ilgili sosyoekonomik bağlamla yakından ilintilidir (Mostafanezhad ve vd., 2021). Derinleşen küreselleşme, ulaşım teknolojisinin hızlı ilerlemesi ve seyahat maliyetlerinin düşmesiyle birlikte, uluslararası turizm pazarı gelişmiştir. Turizm artık küresel bir azınlığın ayrıcalığı değil daha çeşitli insan ve yer gruplarını siyasal-ekonomik alana çeken bir niteliğe sahip olmuştur. Artan ulusal ve uluslararası turizm faaliyetleriyle birlikte, bu tür faaliyetler içinde kapitalist sömürü, yerel olguların asimilasyonu, eşitsiz ekonomik gelişim ve buna bağlı olarak gerçekleşen turizme erişim sorunu gibi oldukça geniş bir siyasi coğrafi sorun yelpazesi gözlemlenmiştir (Stoffelen ve vd., 2017). Bu çerçevede siyasi coğrafyada turizm jeopolitiği üzerine mevcut literatürün büyük bir kısmı, turizm hareketliliğine ve bu hareketliliğin sosyopolitik bağlamlarına dikkat çekerek, turizm faaliyetlerinde yaşanan jeopolitik sorunları incelemiştir. Turizm hareketliliği ile ilgili jeopolitik meseleler açısından, siyasi coğrafyacılar turistlerin giriş ve çıkışlarının yanı sıra, bunlara eşlik eden kültürlerarası karşılaşmalar ve değişimleri (Elledge ve Faria, 2020) araştırmaya konu edinmişlerdir. Ayrıca devlet



Geliş Tarihi/Received 01.03.2025
Kabul Tarihi/Accepted 19.06.2025
Yayın Tarihi/Publication Date 30.06.2025

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
Mazlum AR

E-mail: mazlum.ar@ahievran.edu.tr

Cite this article: Ar, M. (2025). The political impact of alienation in tourism: A critical evaluation in the context of tourism geopolitics. *Eastern Geographical Review*, 30(53), 13-29.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

inşası (Connell, 2019), jeopolitik kurulumlar (Yang, 2020), jeopolitik çatışma (Miller ve Del Casino, 2018) ve sınır güvenliği (Daigle, 2021) gibi jeopolitik meseleler üzerindeki önemini geniş bir şekilde değerlendirmişlerdir.

Turizm jeopolitiğinde temellendirilen sorgulamalar günümüz koşullarında, kalkınma programları, neoliberal politikalar ve artan piyasa ekonomisiyle bağlantılı olarak siyasal uygulamaların hegemonik bir pratiği olarak çok yönlü bir korelasyona sahip olmuştur. Bu bağlamda, siyasal kararlar neticesinde şekillenen turizm politikaları ayrıca çok yönlü bir “yabancılaşma” sürecini de ortaya çıkartmaktadır. Zira yabancılaşma, toplumsal olguların yitimi kadar her türlü beşerî ve coğrafi dinamiğin çözülme durumunu açıklamak ve eleştirel bir açıyla sorgulamak amacıyla disiplinler arası kavramsal bir çerçeveye sahip olmuştur (Comor, 2011). Bu noktada turizmin hem bir nedeni hem de bir sonucu olarak görülen yabancılaşma kültür, söylem ve temsile odaklanmanın kavramsal bağlamını oluşturmaktadır. Ayrıca küreselleşme ve neoliberal kapitalizmle ilintili güç yapıları ve ilişkilerini analiz ederek turizmle bağlantılı siyasal pratiğin birey ve toplum üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır (Bianchi, 2009; Ateljevic ve vd., 2007; Cohen ve Cohen, 2012). Turizm faaliyetlerinin, sektörünün, planlamasının ve politikalarının gelişimi sırasında yerel toplumların kültürel, sosyal, ekonomik ve çevresel açılardan öz aidiyetlerinden ve gündelik yaşam alanlarından soyutlanmalarına atıfta bulunmaktadır. Bununla birlikte yabancılaşmanın modern toplumdaki rolüne ve turizmin ritüel yönleriyle ilişkisine dikkat çekilirken (MacCannell, 2013) aynı zamanda yabancılaşmanın kaçış ve rekreasyon taleplerine olan etkisi de (Cohen, 1979) incelenmektedir.

Özellikle 2000 sonrasında turizm alanında önemli bir ivme yakalayan Türkiye, aynı zamanda artan hareketlilik ile birlikte turizm coğrafyalarında sosyal, kültürel ve mekânsal açıdan önemli değişimler yaşamıştır (bkz. Gülbahar, 2009). Yerel toplumun turizme katılımı ile birlikte ulus aşırı turist hareketliliği farklı bağlamlarda sosyokültürel ve ekonomik sonuçları ortaya çıkartarak turizmin pozitif bir değer olarak görülmesine olanak tanımıştır. Fakat 2020 yılı COVID-19 pandemi sonrası süreçte Türkiye’de ekonomik alanda meydana gelen gerileme, enflasyon ve alım gücünün düşmesi yerel toplum ile yabancı turist arasındaki ekonomik dengeyi eşitsiz bir boyuta taşıyarak turizmde yabancılaşmanın toplumsal ve mekânsal arketiplerini açığa çıkartmıştır. “Milliyet farkı” örnek olayı ile gündem olmaya başlayan ve popülerleşen bu durum göçmenlerin destinasyonları yoğun kullanması, turizm hizmetlerinin ekonomik kâr amacıyla yerli halkı ötekileştirmesi ve toplumun enflasyondan kaynaklı gelir dengesizliğinden ötürü turizme katılımının düşmesi gibi eşitsizlikleri ön plana çıkarmıştır. Ayrıca milliyet farkı olayının yerel toplumun duygularına tercüman olacak bir niteliğe sahip olması panoptik denetime maruz kalan/bırakılan bireylerin tepkilerinin sosyal medya aracılığıyla ifade edilmesine ve bu eşitsizliklerin daha fazla görünür kılmasına olanak tanımıştır. Bu durum genel anlamda yerli halkın turizm mekanlarından soyutlanmasına ve turizme yabancılaşmasına neden olan kültürel, ekonomik ve politik kontekstlerin açığa çıkmasına imkân sağlamıştır.

Türkiye ölçeğinde ortaya çıkan bu durum benzer şekilde farklı coğrafyalarda ve destinasyonlarda da temel bir problem olarak gelişme göstermiştir. Örneğin, 2000’lerin başlarında ekonomik olarak zor zamanlar yaşayan Berlin’de turizm ticareti özel sektör ve politikacılar tarafından şehrin kurtarıcısı olarak görülmüş fakat ortaya konulan uygulamalar neticesinde artan turist hareketliliği sosyal medyanın yoğun gündeminde yer alacak şekilde yerel halkın tepkisiyle sonuçlanmıştır (Duvernoy, 2012). Benzer şekilde turistlerin uygunsuz davranışları vakasının yerel sakinler tarafından sosyal medyaya taşındığı Barselona’da turist akışının ortaya çıkarttığı sorunlara karşı tepkiler artmıştır. Bu tepkilerin artış göstermesi konut kira oranlarında artış, kamusal alanların özel sektör tarafından işgal edilmesi, toplum karşıtı olaylar gibi problemlerin yerel sivil toplum kuruluşları tarafından ön plana çıkarılmasına neden olmuştur (Colau, 2014; Hughes, 2018). Bununla birlikte büyük oranda artan Çinli nüfusa karşı tepkilerin ortaya çıktığı Hong Kong (Garrett, 2017), parti turizminden kaynaklı protestoların gelişme gösterdiği Lizbon (Novy ve Colomb, 2017) ve Balear Adaları (Valdivielso ve Moranta, 2020) gibi turizm mekanları da anti-turizm karşıtı söylem ve uygulamaların ortaya çıktığı coğrafyalar olmuştur. Bu destinasyonların Türkiye ile ortak özelliği tepkilerin gelişim sürecinin sosyal medya üzerinden gelişmesi ve yerel halkın kültürel açıdan çatışma durumu yaşaması, ekonomik eşitsizliklerin artması olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte Türkiye’nin bu destinasyonlardan ayrılan yönleri ise toplumsal tepkinin daha ziyade gelir durumunda meydana gelen ulusal düşüşle ortaya çıkması, tepkinin odağında turist akışı ile birlikte jeopolitik gerekçelerden kaynaklı göçmen toplulukların yer alması, sonuçları itibarıyla özel sektör ve siyasal politikalar arasındaki patronaj ilişkisinin vurgulanması şeklinde gelişme göstermiştir.

Bu doğrultuda bu araştırmanın temel amacı, turizm jeopolitiği ve yabancılaşmanın teorik/kavramsal temellerinden hareketle Türkiye’de turizmde yabancılaşmanın gerekçeleri, sonuçları ve buna etki eden siyasal aktörlerin/kurumların uygulamaları ve politikalarını analiz etmektir. Çalışmanın kapsamına dahil edilen örneklem grubunun fenomenolojik algıları incelenerek turizmde yabancılaşmanın sosyoekonomik, kültürel, psikolojik ve mekânsal boyutları irdelenmeye çalışılmaktadır. Bu yönüyle bu çalışmada saptanan bulgular, turizm ve siyasal pratikler arasındaki pratikleri ve bunun yansımalarını ortaya koyarak literatüre üç temel önemli katkı sağlamaktadır: *Birincisi*, turizm jeopolitiğinin küresel hareketliliğe yönelik turist odaklı incelemeleri aşarak bu hareketliliğin göçmen/mülteci akışıyla karşılıklı ilişkisinden doğan sonuçların Türkiye özelinde ortaya konulmasıdır. *İkincisi*, başta turizm politikaları olmak üzere turist hareketliliğinin artışıyla birlikte yerel halkın destinasyonlara yönelik yabancılaşmasının psikososyal ve psikocoğrafik bağlamlarının analiz edilmesidir. *Üçüncüsü*, sosyal refah durumunda meydana gelen değişimlerin turizmde yabancılaşmaya olan etkisinin ortaya konularak aynı zamanda buna etki eden fakat eşitsizliklerin açığa çıkmamasından ötürü gömülü bulunan siyasal/ekonomik pratiklerin çözülmesidir. Bununla birlikte araştırma teorik açıdan da üç temel katkı ortaya koymaktadır: Turizm jeopolitiği kuramsal yaklaşımının yabancılaşma kavramıyla ilişkili olarak ele alınarak

interdisipliner bir yaklaşım açısı kazandırılmış olması çalışmanın teorik açıdan öncül katkısını oluşturmaktadır. İkincisi, Türkiye özelinde turizm jeopolitiğinin aşırı turizmin sonuçlarını analiz etmede temellendirilmiş olması nedensel mekanizmaların ortaya konulması noktasında kuram ve bulgular arasında özgün bir bağlantı sağlamaktadır. Son olarak turizm çalışmalarının geleneksel araştırma çerçevesi aşılarak turizm jeopolitiği üzerinden siyasal mekânsal tasarımın güç ilişkileri üzerinden açıklanmış olması Türkiye gibi gelişmekte olan destinasyonlar için sistematik analiz eksikliğine katkı sağlamaktadır. Araştırmanın bu temel katkıları, turist hareketliliğinin ve ortaya konulan turist ve ekonomik gelir eksenli politikaların yerel halkın pozitif ayrımcılığını destekleyecek yönlü bir değişim yaşanması adına önemli bir yaklaşım sunmaktadır. Bu aynı zamanda tüm aktör, kurum ve uygulamalarıyla eşitsizliği ortadan kaldıracak şekilde daha katılımcı ve adil politikaların geliştirilmesine aracılık edecektir.

Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve

Turizm Jeopolitiği

Çok katmanlı ve çok anlamlı bir bağlama sahip olan jeopolitik kavramı, daha ziyade mekânın siyasi hakimiyeti için verilen mücadele olarak anlaşılmaktadır (Kearns, 2009). Uzun yıllar boyunca, bu durum devlet aktörleri, özellikle dünya politikasını etkileyen coğrafi varsayımlar ve anlayışlarla ilgili olarak, toprak kontrolü için mücadele girişimi gibi küresel ve uluslararası alanlar açısından ele alındı (Murphy ve vd., 2004). Zamanla, bu tür jeopolitik rekabet, alt devlet ve hatta özel aktörler için bir alan olarak da anlaşılmaya başlandı. Bu, siyasetin alanları, yönetim coğrafyaları, otorite ve sıkça şiddetle ilgili bir anlayışa sahip olmuştur. Neredeyse her zaman belirli alanları inşa etme, düzenleme, hâkim olma ve kontrol etme çabalarını yansıtmıştır (Dalby, 2013). Bunun sadece açık bir diplomasi veya savaş eylemi olmayıp aynı zamanda küresel neoliberal ekonominin alanlarıyla da ilişkili olduğu temel bir gerçeklik olarak anlaşılmıştır (Sheppard, 2002). Bu jeopolitik kavramının genişletilmesi, jeopolitiğin yalnızca devletler ve diğer siyasi aktörler tarafından alan ve toprak kontrolü veya işgali ile ilgili olmadığını, aynı zamanda farklı bilgi biçimlerinin ve dünyayı temsil etme yollarının siyasi sonuçlarıyla da ilgili olduğunu öne süren eleştirel jeopolitik çalışmalarıyla ilişkilidir (Dittmer ve Gray, 2010; Robinson, 2003).

Eleştirel jeopolitiğin kapsamında yer alan söylem, metinsellik, güç, bilgi ve kültürel unsurlar gibi araştırma alanları Michel Foucault ve Jacques Derrida'nın postyapısal yaklaşımlarıyla güçlü bir şekil şekillenen bir bağlama sahiptir (Ar, 2020). Bu nedenle eleştirel jeopolitik, turizm çalışmaları da dahil olmak üzere sosyal bilimlerdeki akademik eğilimlerle güçlü paralellikler ve bağlantılar taşımaktadır (Davis, 2010). Eleştirel jeopolitik merceğinden turizmi jeopolitik bileşkesi kapsamına konumlandırmak ise farklı mekânsal ölçekler ile bunun ardıl bağlamlarını oluşturan olguları jeopolitik ve turizm analizlerinin merkezine yerleştiren süreçleri içerir (Mostafanezhad ve vd., 2021). Zira jeopolitik araştırmaları hayatın geliştiği belirli, yerel ve gündelik alanlara yeniden odaklanmayı gerektirir. Benzer şekilde turizmin performatif, politik ve mekânsal doğasının ciddi bir şekilde ele alınmasını talep eder. Bu bakış açısıyla, turizm insanlar için dünyanın jeopolitik anlamını kavramanın birincil merceği haline gelir (Minca, 2009) ve farklı mekanlarda farklı iş gücü biçimlerini kapsar. Bu açıyla

turizmin jeopolitik rolü, sadece çatışma, yıkım ve krizlerin açığa çıkardığı sorunlar ilgili değildir (Mostafanezhad ve vd., 2021). Aynı zamanda turizm performansı içinde, paydaşlar arasındaki etkileşim, turist ve tur şirketi, turist ve ev sahibi sakinler/çalışanlar, turist ve ev sahibi çevre, turizm şirketleri ve ev sahibi yönetim, turizmin ödemeler dengesi içindeki rolü, turizmin çoklu uluslararası hareketlilikler içindeki yerleşikliği bağlantılarının temel boyutlarını oluşturmaktadır (Hall, 2015).

Jeopolitik ve turizm arasındaki bağlantıları ele alan erken yazılar genellikle turizmi devlet faaliyetinin bir göstergesi olarak tanımlamıştır (Weaver, 2010). Sömürge veya post-sömürge sonrası durumlar, turist akışlarının ve turizm gelişiminin devlet ilişkilerini iyileştirme potansiyeli (Molinaro, 2002; Shin, 2004; Coles ve Hall, 2005; Chiang, 2012), sınır ötesi bölgeler (Duffy, 2001; Olson, 2002; Sparke ve vd., 2004) veya tartışmalı toprakların turizm siyaset bağlamı (Daher, 2006) bu çalışmalar arasında yer almıştır. Bu temalar, 1990'lar ve 2000'lerin başındaki Avrupa yazımında turizm ve jeopolitik açısından önemli konular olarak ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte son yıllarda sınırlar (Gelbman ve Timothy, 2010), jeopolitik algılar (Chaddad, 2021), oryantalizm (Putcha, 2020) veya dini jeopolitik (Bhandari, 2019) konular turizm jeopolitiği çerçevesinde yoğunluk kazanmıştır. Özellikle bölgeselleşme, turizm jeopolitiğinde baskın bir kavram olarak ön plana çıkmıştır. Bölgeselleşme en basit haliyle gündelik sınır inşa etme ve bozma eylemleridir (Su, 2024).

Destinasyonlar veya turizm ürünleri belirli jeopolitik amaçların, toprak koruma, egemenlik iddiaları, diplomatik hedefler ve ulus inşasının diğer yönleri gibi, formüle edilmesi ve uygulanması için titizlikle tasarlandığı veya spontane bir şekilde kullanıldığı şekilde kendini gösterir. Burada dikkat çekici olan, destinasyonların genellikle jeopolitik gündemlerin sergilendiği bir mekân olarak görülmesine rağmen, bunun güçlü jeopolitik güçler tarafından sömürü veya manipülasyon nesneleri oldukları anlamına geldiği ayrıca turizm ve jeopolitik bileşimin bir parçasını oluşturduğudur (An ve Dittmer, 2023). Destinasyonların siyasal yapının sömürü aracına dönüşmesi ise daha ziyade mülksüzleştirme yoluyla patronaj birikimi olarak neticelenmektedir. Bu durum destinasyonlarda arazi gaspının belirli aktörlerce yürütülmesi ile gerçekleşirken aynı zamanda siyasal gücün mekânsal kontrolüne dayalı olarak turizm alanında tekelleşmenin bir uzantısı olarak koruma politikalarının meşruiyetine dayandırılmaktadır (Neef, 2021). Bu açıyla yumuşak bir güce dönüşen turizm mekânları kurumların ve çıkar gruplarının sadece uzaktaki/dışarıdaki ötekiler için eylem alanını oluşturmaz. Aynı zamanda kendi yakınlarındaki/içlerindeki benlikleri için de sözde kültürleri, mirasları ve doğalarına dair belirli vizyonları sağlamlaştırmak üzere çeşitli şekillerde iş birliği yaptıkları ve mücadele ettikleri siyasi istek uyandıran faaliyetleri oluşturmaktadır (Hollinshead ve Hou, 2015). Bu yollarla turizm propaganda değeri kazanmaktadır: sembolleri ve eserleri anlam ve ima kazanmakta, paydaşları (turistler, turizm çalışanları, destinasyon sakinleri ve ev sahibi çevreler) imaj yansıتما oyununda (genellikle farkında olmadan) aktörler haline gelmektedir (Hall, 2015). Bu durum özellikle turizmin ulusal ve küresel düzene önemli ölçüdeki ekonomik katkısıyla ilişkilidir (Tribe, 2008).

Neoliberal hegemonyanın gerçekliğini bulduğu turizm mekânları özellikle gelişmekte olan ülkelerin uluslararası finans kuruluşları tarafından bu tür stratejileri benimsemeye teşvik edilmesiyle küresel bir erişim kazanmıştır. Belirli kentsel ve kırsal alanların, faaliyetlerin ve yapıların rolünü ve değerini yeniden inşa etmek için ekonomik yapılara, istihdam uygulamalarına, içe dönük yatırımlara ve önemli hareketlilik akışlarına öncülük etme yeteneği sayesinde neoliberal hegemonyanın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Smith, 1997). Benzer şekilde ulusal ölçekte yerel aktörler ve siyasal yapılar neoliberal pratikleri kullanarak küresel düzene entegre olmakta ve böylece birbiriyle bağıntılı yapısal bir korelasyona dayanarak hegemonik sürekliliği sağlamaktadır. Fakat özellikle ekonomik kırılma zamanlarında ve göçe bağlı insan hareketliliğinde turizmin bir konfor alanı olarak öncül sorunlara tercih edilmesi ulusal ve küresel duygusal tepkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Mostafanezhad vd., 2021). Turizm jeopolitiğine dair bu tür araştırma alanları mekânsal kozmolojiye bağlı çeşitliliğin bir yansıması olarak çeşitlenmektedir. Bu durum turizm jeopolitiğinin hem turizm hem de jeopolitik konusundaki mevcut literatüre ve araştırmalara katkıda bulunma ve bu iki ayrı alanı birleştirme çabasıyla kaynaklanmaktadır. Bu katkının bir sonucu olarak turizm jeopolitiği turizm ve eleştirel jeopolitiğin kesişme alanında yer alan ve iki alanı kapsayan dört temel tamamlayıcı tema ile özetlenmektedir: (1) popüler jeopolitik; (2) hareketlilik jeopolitiği; (3) çevresel jeopolitik ve (4) güvenlik jeopolitiği. Bu dört tematik bağlamdan hareketle turizm jeopolitiği veri toplamaya yönelik aşağıdan yukarıya, etnografik ve genellikle parçalı bir yaklaşımla turizmin siyasi öznellikleri nasıl iç içe geçtiğini ve onu nasıl serbest bıraktığını ortaya çıkarmak için pratik ve formel kurumsal aygıtların ve aktörlerin yapısallığında gömülü ilişkileri açığa çıkarır (Tolkach ve Pratt, 2022).

Yabancılaşma, Mekân/Alan ve Turizm

Yabancılaşma kavramı, bireyin benliğine dönük bir kimlik yitimi olduğu kadar zamana, mekâna, kültürel normlara ve sosyal olgulara göre meydana gelen çözümleri açıklamaktadır. Toplum içindeki insan varoluşunu eleştirel bir şekilde sorgulamak amacıyla ele alınan yabancılaşma, sosyal-beşerî bilimlerde yaygın bir kullanıma ve tarihsel geçmişe sahip olmuştur. Aydınlanma döneminde Grotius ve Rousseau, yabancılaşma kavramının Latince formu olan "*alienatio*"yu, egemen otoritenin bireylerden ya da kitlelerden başkalarına devri olarak ifade etmişlerdir (Kelly ve Janet, 2001). Bununla birlikte her ne kadar yabancılaşma kavramı Grotius ve Rousseau tarafından kullanılsa da terimin bilimsel ve felsefi bir bağlam kazanması Hegel'in çalışmalarıyla gerçekleşmiştir. Yabancılaşma kavramını Rousseau'nun "*Toplum Sözleşmesi*" teorisinden alan Hegel, felsefi bir bakış açısıyla, yabancılaşmanın sosyal varlıklar arasında, istem dışı ama bilinçli bir ayrılık deneyimi olarak ya da kişisel çıkarların kasıtlı bir şekilde terk edilmesi olarak tezahür ettiğini savunmuştur (Osmanoğlu, 2016). Bununla birlikte yabancılaşmayı ekonomik/toplumsal bir bağlamla ele alan radikal düşünce, kavramı iş bölümü ile bağlantılı olarak ve kapitalist üretim tarzı ile karmaşık bir şekilde ilişkilendirerek yeniden kavramsallaştırılmasına aracılık etmiştir (Musto, 2010). Bu noktada radikal geleneği takip eden Simmel, yabancılaşma ve kültür arasında bir korelasyon ortaya koyarak

nesneleşmiş kültür kavramını yabancılaşmanın öncül olgusu olarak görmüştür. Liberal kapitalist sisteme dayalı olarak modern popüler kültürün gelişmesini yabancılaşmanın ve dolayısıyla kültür trajedisinin temel öznesi olarak açıklamıştır (akt. Özbudun ve vd., 2008). Simmel yabancılaşmayı kentsel yaşam üzerinden bireyin benliğinin sıradanlaşması, kendiliğinden ve değerlerinden soyutlanmasına atfederek mekânsal/coğrafi bir bağlam ortaya koymuştur. Dolayısıyla yabancılaşma kavramına odaklanan araştırmalar, modern toplumu karakterize eden geniş bir yelpazede öznel, kültürel ve toplumsal deneyimler ile yapısal koşullar hakkında önemli bir içgörü sunmaya çalışmışlardır (Yuill, 2011).

Yabancılaşma kavramına dair araştırmalar üretim, tüketim ve varoluşçuluk felsefi yaklaşımlar olarak üç ayrı ama ilişkili bağlama sahip olmuştur. Üretim ilişkileri açısından yabancılaşma kapitalist sanayileşmenin kaçınılmaz bir sonucu olarak gerçekleşmiştir (Longhofer ve Winchester, 2016). Tüketim ilişkileri açısından yabancılaşma ise 1950'lerden itibaren, kapitalizm ve modern toplum eleştirileri, kötü çalışma koşulları ve mülk sahibi sınıflar ile işçi sınıfı arasındaki çatışmadan, moderniteyi karakterize eden aşırı tüketim sendromuna kayma durumunu açıklayan bir bağlama sahip olmuştur (Marcuse, 2013). Lukács (1972), Baudrillard (2024) ve Adorno (2020) öncülüğündeki sosyal bilimciler, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Batı toplumunun yaşadığı temel değişimleri gözlemleyerek tüketimin üretim üzerindeki yaygınlığının yabancılaşmanın ortaya çıkan temel etkenlerinden biri olduğunu öne sürmüştür. Onların çalışmaları, tüketicilerin yabancılaşmış davranışları, emtia fetihçiliği ve tüketimciliğin diğer özellikleri üzerine akademik çalışmalara öncülük olmuştur. Baudrillard (2019), işaretler ve sembollerin tüketimi açıklamada önemli faktörler olduğunu vurgulamış ve reklamcılık endüstrisinin, örneğin, "boş zaman arzuları, yalnızca belirli mal veya hizmetlerin satın alınmasıyla karşılanabilen arzular" oluşturmada rolünü bir katalizör olgusu olarak belirtmiştir. Tüketim teorisyenleri, tüketicilerin yaptığı görünüşte otonom ve bireyselleşmiş seçimlerin yanı sıra, tüketicileri yönlendiren içsel arzuların, ihtiyaçların ve isteklerin (Bauman, 1992) aslında, insanların aktif olarak katıldığı ve kendilerini tüketim hegemonyasına entegre ettiği olgun bir kapitalist tüketim toplumu tarafından manipüle edilen hayaller ve illüzyonlar olduğunu savunmaktadır (Comor, 2011).

Birey ve toplumun nesne konumunda yer aldığı yabancılaşmanın bu formel bağlamı Bourdieu'nun (1989) "*sermaye*" olarak tanımladığı kavramın ifade sahası olarak "*alan*" üzerinden somutlaşmaktadır. Bourdieu'nun belirli var olma ve düşünme biçimlerini ortaya çıkaran kurallar ve pratiklerden oluşan yapılandırılmış, sosyal bağlamları tanımlamak için kullandığı alan kavramı üç evre üzerinden şekillenmektedir: Birincisi, doğallığına atfen gelişim gösteren özerkliğin elde edildiği aşamadır. İkincisi, yapının/gücün ortaya çıkma durumudur. Üçüncü evre ise simgesel sermayenin oluşma sürecidir. Tam anlamıyla bir alanın oluşabilmesi için ilk evrede özerkliğin kazanılmasına olanak tanıyan direncin gelişmesi gerekmektedir. İkinci ve üçüncü evrelerdeki yapı ve sermaye ise özerkliğin kazanılmasında etken olan direncin ortaya çıkarttığı iki kutuplu

çatışmada özgül alanın kazanılması ve bu alanda sermayenin oluşmasıdır (Bourdieu, 1999, ss. 36-42). Bu noktada alanlar arasında tarihsel ve dinamik olan ilişki çatışma alanı ve rekabeti içeren bir mekân olarak ortaya çıkar. Alan, bağlamında gelişim gösteren hegemonyanın çeşidine göre şekillenir. Alanda etkili olan sermaye çeşidi yine alanda etkin olan bilimsel, sanatsal, dinsel, ekonomik, kültürel vb. yetkeye göre şekillenir. Bu durum Bourdieu'nun (1989) bir alandan diğerine aktarımı söz konusu olan sermaye biçimleri olarak adlandırdığı şeydir. Sermaye, belirli bir alan içinde değerli olarak tanımlanan her şeydir. Bourdieu, bireylerin ve grupların, alanı tanımlayan sermayeye göre konumlarını iyileştirmek için alanlar içinde mücadele ettiklerini savunur. Bir alanın kültürel normları ve kuralları, o alan içinde meydana gelen sosyal çatışmaların bir sonucudur. Bu çatışmalar öncelikle meşru sermayeyi neyin oluşturduğu (neyin arzu edilir ya da değerli olduğu) ve ikinci olarak da bu sermayeye nasıl erişilebileceği ve insanların yararına nasıl kullanılabileceği etrafında toplanır. Bu durumla ilgili belki de en büyüleyici olan şey, oyunun kurallarının gücü elinde bulunduranlar tarafından nasıl domine edilebileceği ve hatta manipüle edilebileceğidir.

Bourdieu (2010), dört tür sermaye tanımlar: ekonomik sermaye (para, mülk), kültürel sermaye (bilgi, beceri, estetik tercihler), sosyal sermaye (enformel kişiler arası ağlar) ve sembolik sermaye (prestij, tanınma). Kültürel sermaye sosyal uzam üzerindeki failerin konumlarını ekonomik sermaye üzerinden belirlediği belli koşullar altında ekonomik sermayeye çevrilebilen sermaye türüdür. Sosyal sermaye bireylerin ve grupların sürekli ilişkiler ağına sahip olmasıyla elde ettiği potansiyel ya da somut kaynakların toplamını ifade etmektedir. Daha açık bir ifadeyle sosyal sermaye bir topluluğa ait olma durumuyla gerçekleşen aidiyete dayalı kaynaklar ile ilişkili olan sermayenin bütünüdür. Ekonomik sermaye ekonomik kaynakların doğrudan elde bulundurulmasıyla oluşan sermaye iken simgesel sermaye diğer sermaye türleriyle sürekli ilişki içerisinde olan sermaye türü olarak üretimin, metaların, gücün, iktidarın ve bu bağlamda gelişme gösteren tahakkümün soyut boyutunda simgesel düzeyde işleyen sistemlerin işleyişlerini ortaya koyar (Bourdieu, 1986).

Bourdieu'nun ortaya koyduğu sermaye alanları Lefebvre'nin (2014, s. 299), siyasi/güç ekonomisi ve onun üretimi üzerine bir eleştiri olması gerektiğini düşündüğü siyasi ekonominin mekânını imlemektedir. Yapı ve iktidar, kaynakları (malzemeleri) ve araçları (materyali) içeren mekânsal unsurları rasyonel bir şekilde harekete geçirip belirli bir amaç göz önünde bulundurularak bir dizi eylemi organize eder (Lefebvre, 2014, s. 71). Yani siyasi bilinç kendini alanda üretir ve aynı zamanda o alanı da üretir. Üretim diyalektiğinin bir parçası olarak sonuç, neden, ürün, üretici konumunda yer alan mekân (Lefebvre, 2014, s. 142) aynı zamanda kapitalizmin, birikimi için stratejik avantajlardan (kaynaklar, emek gücü fiyatı, siyasi iklim vb.) yararlanmak amacıyla ekonomiyi şekillendirdiği alandır. Bu noktada kapital bilinç mekânda, giderek daha fazla uzmanlaşmış araçsal alanlar inşa eder. Mekânı parçalar ve parçaları bölgesel, ulusal, uluslararası ve küresel düzeylerde birbirine bağlar. Üretim araçlarının gelişimi, mekânların üretimini sağlar. Egemen çıkarlar sosyal mekânları şekillendirir ve bunları kontrol, güç ve sermaye

birikim araçları olarak kullanarak tüm mekânı işgal etmeye çalışır. Sonuç, emperyalist bir merkez-çevre coğrafyasıdır (Lefebvre, 2014, s. 219). Emperyal ideolojinin bu merkez-çevre coğrafyası, iki sermaye alanı olarak kültürel sermayenin benimsendiği ve ekonomik çıktılar için metalaştırıldığı alandır (Bourdieu, 1986). Bu da Harvey'in (2022) tüketim odaklı coğrafi ekonomiler olarak tarif ettiği mekân sömürsünü oluşturmaktadır. İlk olarak, tekelleşme rantı sağlama potansiyeline sahip yerel ayırt edici işaretlerin sömürülmesi kaçınılmaz olarak homojenleşmeye yol açar, bu da benzersizliği azaltır ve bir yerden, nesneden veya olaydan çıkarılabilecek tekelleşme avantajını siler. İkincisi, rekabet avantajı sağlamak ve uygun tekelleşme rantlarını elde etmek için sermayenin bir farklılaşma biçimini desteklemesine karşıt olabilecek yerel kültürel gelişmelere izin vermesi gerektiği anlamına gelir (Harvey, 1985). Bu durum alternatiflerin hem tasarlanıp hem de takip edilebileceği yeni siyasi düşünce ve ekonomik eylem alanları açar (Harvey, 2019).

Yabancılaşma kavramının turizm çalışmalarıyla ilişkili bir şekilde kullanılmaya başlanması ise MacCannell'in (2013) "*Turist: Eğlence Sınıfının Yeni Teorisi*" eserine atfedilmektedir. Her ne kadar turizm çalışmalarında yabancılaşma kavramıyla ilgili akademik etkileşimlerin görece azlığı söz konusu olsa da coğrafya disiplini sistematik görünümüyle sosyal bilim alanını kapsayacak yönlü ilişkisel bir dönüşüm yaşamıştır. Bu durum kavramın siyasi/kültürel coğrafya ve turizm araştırmaları (bkz. Chhabra, 2018; Cuong, 2020) bütünselliğini yansıtan bir araştırma yoğunluğuna evrilmesini kaçınılmaz kılmıştır. Bu bağlamda turizm jeopolitiği, turizmin siyasal ve kültürel kontekstlerinin üretim perspektifine, ekolojik ve kitle turizmi tüketimi için destinasyonların üretimine, kapitalist sosyal ilişkilerin analizi ve siyasal yapıların karar verme politikalarının destinasyonlardaki yansımalarına odaklanmaktadır. Ayrıca turizm endüstrisi ve planlamalarının sosyoekonomik ve kültürel etkileri popüler, çevresel, güvenlik ve hareketlilik jeopolitiği kapsamında turizm jeopolitiğinin araştırma kapsamında yer almaktadır. Bu kapsam yerel toplum ve turist düalizmi arasında siyasalın ortaya koyduğu pratikler ve bunun ortaya çıkarttığı yabancılaşmanın sonuçlarından kaynaklanmaktadır. Bu kolektif çalışma grubunun temel eleştirisi, yerel sakinleri turizmin araçlarından mahrum bırakan süreçlere ve buna aracılık eden aktörlere dair bir eleştiridir (Britton, 1982). Bu araştırmaların yabancılaşmanın üretim perspektifi eleştirisi, turizm üretimine aracılık eden aktörlerin üzerindeki etkilerine dair siyasi ekonomi yaklaşımlarına ve dünya genelinde ortaya çıkan turizmle ilgili yeni işgücü piyasaları oluşturmaktadır. Tüketim perspektifi, kültürel ve postmodern yaklaşımlar için güç yapılarının eleştirel turizm çalışmaları yönlü gelişimi göstermiştir. Son olarak, yabancılaşmanın varoluşsal açıyla eleştirisi, otantiklik ve özellikle varoluşsal otantiklik odağında yer almaktadır (Kirillova vd., 2017).

Yöntem

Turizm jeopolitiği kuramsal yaklaşımı kapsamında Türkiye’de turizmde yabancılaşmanın yansımalarını analiz etmeyi amaçlayan bu araştırmada durum çalışması (Case Study) ve fenomenolojik desen kullanılmıştır. Bu noktada Türkiye’de yaşadığı halde 26.04.2024 tarihinde Antalya otel rezervasyonunu bir İngiliz turizm web sitesi üzerinden gerçekleştirdiği anlaşılan yerli bir turistten otel yönetimi tarafından “*milliyet farkı*” adı altında 120 avroluk ek ücret alınması (Şekil 1) olayı araştırmanın durum çalışması deseni olarak belirlenmiştir.

Şekil 1

Yerli Turistten Milliyet Farkı Adı Altında Alınan Ücreti Gösteren Dekont (Dünya Gazetesi, 2024).

Giriş / Arrival	26.04.2024
Çıkış / Departure	29.04.2024
Oda / Room	1848
Bilet / Voucher	
Rez.No / Res.No	944460
Information	
Tarih / Date	Açıklama / Description
26.04.2024	Credit Card 120 EURO MILLIYET FARKI KARSILIGINDA TAHSIL EDİLDİ
Toplam / Total	

Bu vaka karşısında dijital medya kanalları üzerinden öznel değerlendirmelerini ortaya koyan kullanıcıların deneyimleri ise fenomenolojik desen çerçevesinde çalışmada değerlendirilmiştir. Bununla birlikte bir diğer önemli nokta çalışmanın sorunsalını çözümleyecek uygun paradigmanın seçimidir. Bu kapsamda çalışmada, bireylerin kendi sosyal dünyalarını nasıl inşa ettiği ve sürdürdüğüne dair gerçekliği anlamaya olanak tanıyan yorumlayıcı yaklaşım ile birlikte derinlemesine analiz ve sorgulama yapmayı ve anlamlandırmanın ötesinde değişimi ortaya koymayı kolaylaştıran eleştirel paradigma kullanılmıştır (Neuman, 2006). Bu noktada katılımcılardan elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan kategoriler öncelikle tematik anlatılar üzerinde tartışılarak mevcut literatürün bulgularıyla karşılıklı olarak yorumlanmış daha sonra teorik çerçeveden hareketle gömülü bulunan yapısal veriler eleştirel bakış açısıyla irdelenmiştir. Araştırmada ayrıca veri toplama aşamasından analiz ve değerlendirme sürecine kadar araştırmacıya esnek inceleme olanağı tanıyan ve aynı zamanda sosyal yaşamın akışı içerisindeki olguları değiştirmeden analiz etmeyi sağlayan (Maxwell, 2008) nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu ise her bir ögenin eşit derecede seçilme olasılığına sahip olduğu (basit) rastgele örneklem grubu oluşturmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyada “milliyet farklı” örnek olayı çerçevesinde yorum yapan kullanıcılar çalışmanın örneklem grubuna dahil edilmiştir. Bu kapsamda rastgele (basit) örneklem grubu belirleme süreci için öncelikle dijital platformlarda milliyet farkı vaka olayı ile ilgili yorum yapmaya olanak sağlayan siteler belirlenmiş ve ikinci adımda bu sitelerde anonim kimlikleriyle yorum yapan katılımcılar tespit edilerek çalışmanın basit örneklem grubuna dahil edilmiştir. Ayrıca araştırma örnekleminden hareketle çalışmanın veri seti haber

siteleri ve Youtube dijital platformu üzerinden paylaşılan ve açık erişime olanak tanıyan sosyal medya kullanıcılarının yorumlarından (2249 yorum) elde edilmiştir. İlgili veri seti sosyal medya kullanıcılarının 28-30 Nisan 2024 tarihleri arasındaki yorumlarını kapsayacak şekilde MAXQDA 2024 bilgisayar destekli veri toplama aracı kullanılarak çalışmanın kapsamına dahil edilmiştir. Elde edilen verinin analiz edilmesi amacıyla çalışmanın analiz tekniği olarak içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda ilk aşamada, veri seti içerik analizi tekniğinin birinci ve ikinci kodlama döngüsüne uygun olacak şekilde öncelikle odak kodlama, ikinci aşamada eksensel kodlama ve son aşamada kuramsal kodlama (Saldana, 2022) yöntemine uygun olarak kodlanmıştır. İkinci aşamada kavram, söz öbekleri ve cümle kalıplarında yer alan anlamları açığa çıkaracak şekilde veri seti kategorize edilmiştir. Araştırmanın içerik analiz sürecini işletmek amacıyla çalışmada veri aktarımına, verinin işlenmesine, bağımsız değişkenler ile analiz edilmesine, görselleştirilmesine ve raporlandırılmasına senkronize bir şekilde imkân tanıyan MAXQDA 2024 bilgisayar destekli analiz programı kullanılmıştır (Ar, 2023; 2024b; 2025).

Bulgular

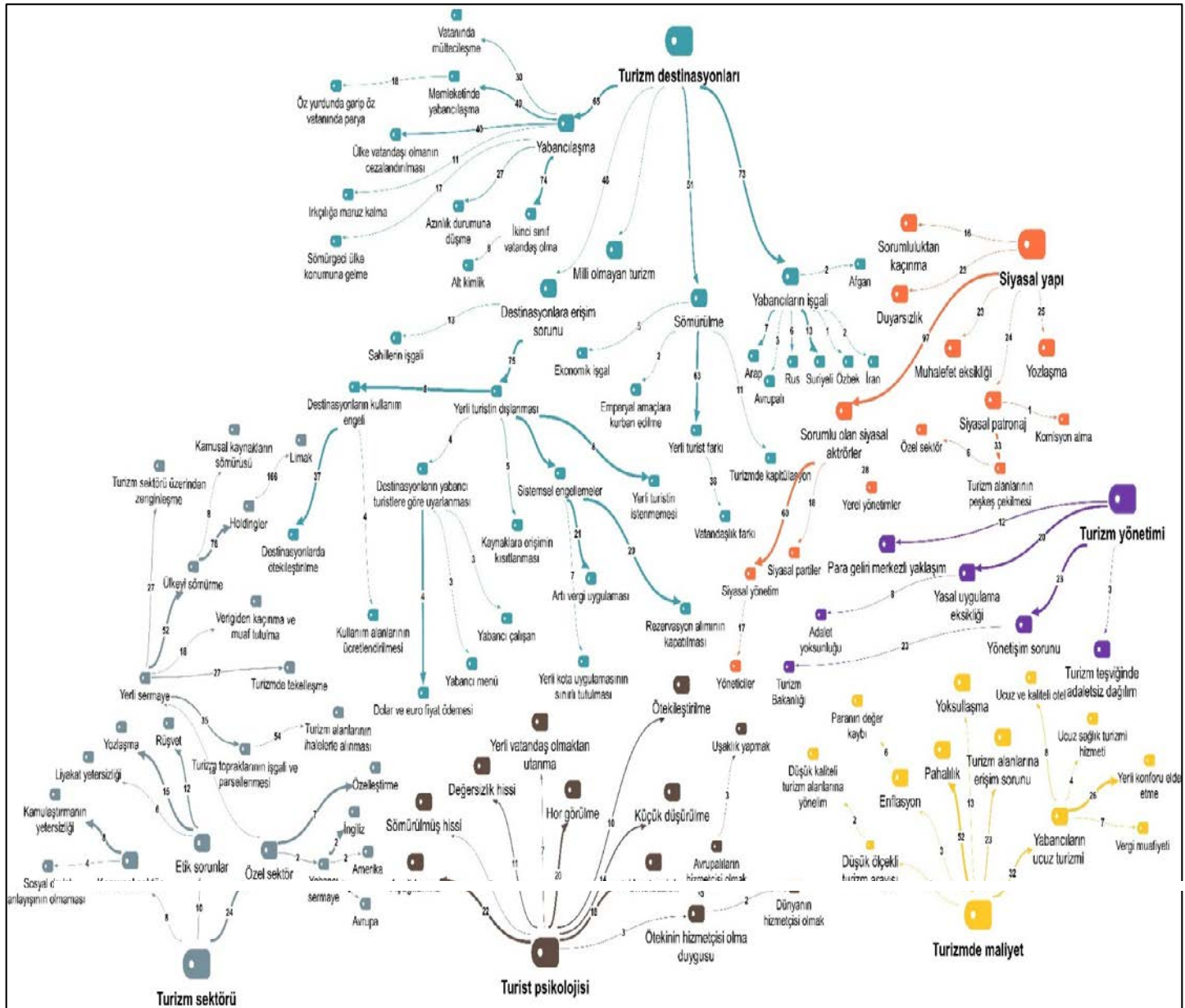
Araştırmada YouTube ve haber siteleri dijital platformları aracılığıyla sosyal medya kullanıcılarından elde edilen veri seti içerik analizi ile incelenerek açık, eksensel ve seçici kodlama analiz basamakları gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ortaya konulan kod-alt kod kavramsal dağılımı anlamlı bir bütünlük oluşturacak şekilde kategorize edilmiş ve temel benzerlikler, farklılıklar ve ilişkiler ortaya konulmuştur. Bu çerçevede çalışma kapsamına dahil edilen veriden üretilen kod-alt kod dağılımını gösteren Şekil 2 analiz edildiğinde kullanıcı ifadelerinin altı ana kategori, 33 alt kategori ve 74 kavram altında birleşerek kategorik bütünlüğü sağladığı belirlenmiştir. Kodlamalar neticesinde ortaya çıkan kategorilerin ana temalara göre dağılımı incelendiğinde şu sonuçlar ortaya çıkmıştır: *Turizm yönetimi* temel kategorisi altında *para geliri merkezli yaklaşım, turizm teşviğinde adaletsiz dağılım, yasal uygulama eksikliği ve yönetim sorunu* alt kategorilerine bağlı iki kavram yer almaktadır. *Turizm sektörü* ana kategorisinde *etik sorunlar, kamusal sektör ve özel sektör* alt kategorileri ile bu alt kategoriler altında yer alan 20 kavram belirlenmiştir. *Siyasal yapı* temel kategorisi altında yer alan *duyarsızlık, muhalefet eksikliği, sorumlu siyasal aktörler, siyasal patronaj, sorumluluktan kaçınma ve yozlaşma alt kategorilerinin yedi kavram dağılımı ile kod-alt kod bütünselliğini sağladığı anlaşılmıştır. Kategorik dağılımda ortaya çıkan bir diğer ana tema destinasyonlar olmuştur. Destinasyonlara erişim sorunu, milli olmayan turizm, sömürülme, yabancıların işgali ve yabancılaşma alt kategorileri ile dağılım gösteren destinasyonlar ana kategorisi ayrıca 36 kavram yoğunluğuyla en fazla kavram dağılımına sahip temel kategori olmuştur. Araştırmada kapsamında belirlenen bir diğer ana kategori turist psikolojisi temel kategorisi olmuştur. Aşağılanma, değersizlik hissi, hor görülme, küçük düşürülme, sömürülmüş hissi, umutsuzluk, yerli vatandaş olmaktan utanma, ötekileştirilme ve ötekinin hizmetçisi olma duygusu dağılımlarıyla en fazla alt kategoriye sahip olduğu saptanan turist psikolojisi ana kategorisi üç kavram ile turizm yönetimi ana kategorisinden sonra*

en az kavramsal dağılım gösteren temel kategori olmuştur. Son olarak kategorik dağılımda turizmde maliyet ana kategorisinin düşük ölçekli turizm arayışı, enflasyon, pahalılık, turizm alanlarına

erişim sorunu, yabancıların ucuz turizmi, yoksullaşma alt kategorileri ve bunlara bağlı olan altı kavram ile kategorik dağılımını gerçekleştirdiği belirlenmiştir.

Şekil 2

Kullanıcı Görüşlerine İlişkin Ortaya Çıkan Ana Kategori, Alt Kategori ve Kavram Dağılım Modeli.



Sosyal medya kullanıcılarının (n=2249) turizm politikalarına yönelik siyasal algılarını özetleyen frekans oranları Tablo 1'de gösterilmiştir. Kavramsal dağılımlar toplam oranlar noktasında analiz edildiğinde *destinasyonlar* temel kategorisinin %41,60 frekans yoğunluğu ile ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. *Turizm sektörü* ana kategorisinin %21,10 frekans yoğunluğu ile ikinci

sırada yer aldığı frekans dağılımında %17,73 oranla *siyasal yapı* temel kategorisi üçüncü sırada yer almıştır. *Turizm yönetimi* ana kategorisinin en az frekans oranıyla (%5,50) son sırada yer aldığı frekans dağılımında sırasıyla %6,90 oranla *turist psikolojisi* ve %7,35 frekans yüzdesiyle *turizmde maliyet* temel kategorilerin *turizm yönetimi* kategorisinden sonra yer aldığı saptanmıştır.

Tablo 1
Kullanıcıların Turizm Algılarına Yönelik Görüşlerini İfade Eden Frekans Analizi (%)

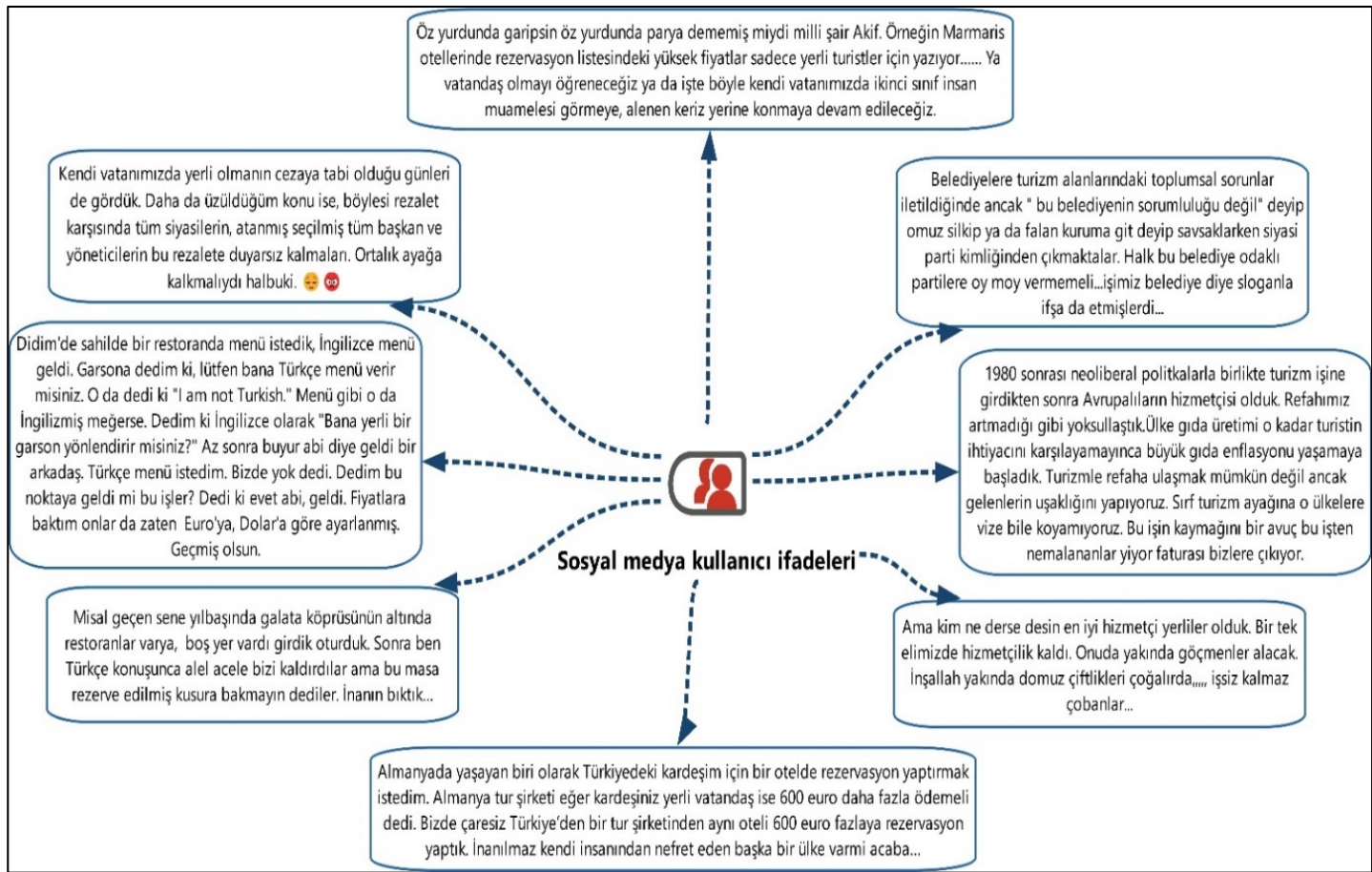
Ana Kategori	Alt Kategori	Haber Siteleri	Youtube	Toplam
Turizm Yönetimi	Para geliri merkezli yaklaşım	0,40	0,60	0,50
	Turizm teşviğinde adaletsiz dağılım	0,40	0,30	0,35
	Yasal uygulama eksikliği	2,30	0,90	1,60
	Yönetişim sorunu	5,20	0,90	3,05
	Ara toplam	8,30	2,70	5,50
Turizm sektörü	Etik sorunlar	1,10	2	1,55
	Kamusal sektör	0	0,90	0,45
	Özel sektör	11,50	26,70	19,10
	Ara toplam	12,60	29,60	21,10
Siyasal yapı	Duyarsızlık	2,90	0,70	1,80
	Muhalefet eksikliği	0,90	1,70	1,30
	Sorumlu olan siyasal aktörler	5,90	13,4	9,65
	Siyasal patronaj	0,50	3,90	2,20
	Sorumluluktan kaçınma	2,60	0,85	1,73
	Yozlaşma	0,80	1,30	1,05
	Ara toplam	13,60	21,85	17,73
Destinasyonlar	Destinasyonlara erişim sorunu	15,20	7,70	11,45
	Milli olmayan turizm	0,30	0,40	0,35
	Sömürülme	11,20	6,10	8,65
	Yabancıların işgali	4,50	5	4,75
	Yabancılaşma	19,40	13,40	16,40
	Ara toplam	50,60	32,60	41,60
Turist psikolojisi	Aşağılanma	2	0,60	1,30
	Değersizlik hissi	1,60	0,20	0,90
	Hor görülme	1,70	0,60	1,15
	Küçük düşürülme	0,50	0,70	0,60
	Sömürülmüş hissi	0,50	0,30	0,40
	Umutsuzluk	1,10	0,70	0,90
	Yerli vatandaş olmaktan utanma	0,60	0,20	0,40
	Ötekileştirilme	0,90	0,30	0,60
	Ötekinin hizmetçisi olma duygusu	0,90	0,40	0,65
	Ara toplam	9,80	4,00	6,90
Turizmde maliyet	Düşük ölçekli turizm arayışı	0,30	0,30	0,30
	Enflasyon	0,50	0,50	0,50
	Pahalılık	1,20	2,90	2,05
	Turizm alanlarına erişim sorunu	0,50	1,40	0,95
	Yabancıların ucuz turizmi	2,50	3,50	3,00
	Yoksullaşma	0,30	0,80	0,55
	Ara toplam	5,30	9,40	7,35

Alt kategoriler bağlamında toplam oranlar değerlendirildiğinde ise en yoğun frekans yoğunluğuna sahip ilk beş alt kategorinin sırasıyla *turizm sektörü* temel kategorisi altında dağılım gösteren özel sektör (%19,10); *destinasyonlar* ana kategorisinde %16,40 frekans yoğunluğuna sahip olan *yabancılaşma* ve *destinasyonlara erişim sorunu* (%11,45); *siyasal yapı* temel kategorisi altında yer alan *sorumlu olan siyasal aktörler* (%9,65) ve yine %8,65 frekans sıklığı ile *destinasyonlar* ana kategorisinde bulunan *sömürülme* alt kategorilerinin olduğu saptanmıştır. Buna karşında *turizmde maliyet* ana kategorisinde %0,30 kavram sıklığı ile en düşük frekans yoğunluğuna sahip alt kategorinin *düşük ölçekli turizm*

arayışı alt kategorisi olduğu oransal dağılımda %0,35 eşit frekans yoğunluğu ile *destinasyonlar* temel kategorisi altında yer alan *milli olmayan turizm* ve *turizm yönetimi* ana kategorisinde bulunan *turizm teşviğinde adaletsiz dağılım* alt kategorilerinin olduğu belirlenmiştir. İlgili kategoriye dördüncü ve beşinci sırada %0,40 frekans yoğunluğu ile *turist psikolojisi* temel kategorisi altında yer alan *sömürülmüş hissi* ve *turizm sektörü* ana kategorisinde bulunan *kamusal sektör* (%0,45) alt kategorilerinin izlediği ortaya konulmuştur. Bu noktada en yüksek frekans yoğunluğuna sahip sosyal medya kullanıcılarının görüşlerini doğrudan betimleyen ifadeler Şekil 3'te gösterilmiştir.

Şekil 3

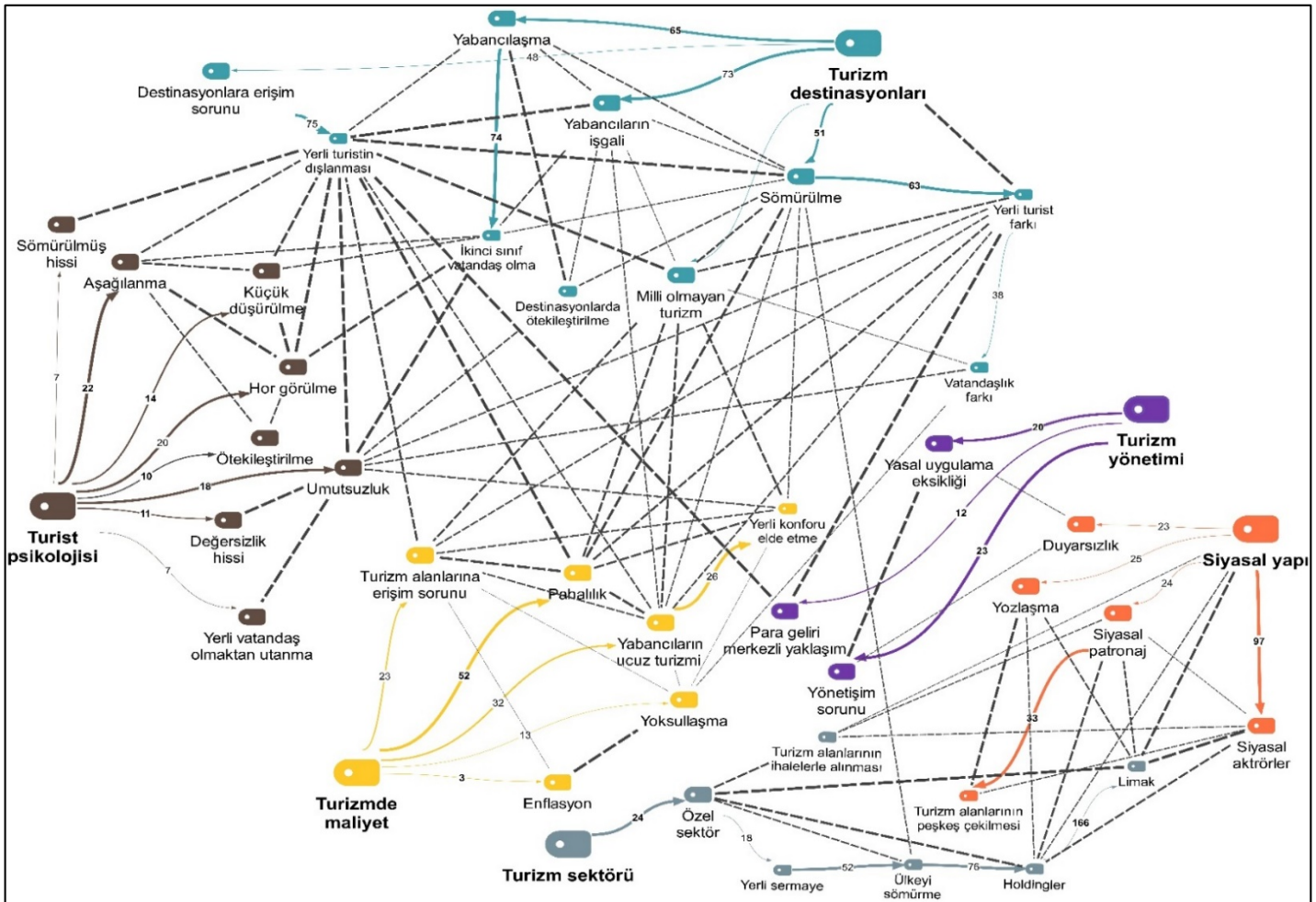
Frekans Yoğunluğuna Göre Kullanıcıların Kavramsal Tematik İfadeleri.



İçerik analizi tekniğinin en ayırt edici özelliklerinden bir tanesi elde edilen verinin nitel bağlamında gömülü bulunan ilişkisel anlatıların ortaya çıkartılmasıdır. Bu kapsamda sosyal medya kullanıcılarının ifadelerinden elde edilen kodlar arasındaki ilişkileri belirten kavramları gösteren Şekil 4 incelendiğinde şu sonuçlar ortaya çıkmıştır: *siyasal yapı* ana kategorisi ile onun altında dağılım gösteren *siyasal aktörler* ve *siyasal patronaj* alt kategorilerinin yoğun bir şekilde *turizm sektörü* temel kategorisine bağlı bulunan *özel sektör* alt kategorisinin *holdingler* ve *Limak* kavramlarıyla yoğun bir şekilde ilişkilendirildiği belirlenmiştir. Bununla birlikte *siyasal yapı* temel kategorisi ile altında yer alan *siyasal aktörler* alt kategorisinin *turizm sektörü* temel kategorisinde yer alan *özel sektör* alt kategorisi ve altında yer alan *turizm alanlarının peşkeş çekilmesi* kavramıyla sıkça

belirtiliği anlaşılmıştır. Bulgularda yine *özel sektör* ve altında yer alan *ülkeyi sömürme* kavramlarının yoğun bir şekilde birlikte ifade edildiği belirlenmiştir. *Siyasal yapı* ana kategorisinde sosyal medya kullanıcıları tarafından ilişkisel olarak ifade edilen diğer yoğun kavram bağlantısı ise *yozlaşma* ifadesiyle *siyasal patronaj* altında yer alan *turizm alanlarının peşkeş çekilmesi* kavramı arasında gerçekleşmiştir. Yine *turizm yönetimi* temel kategorisi altında yer alan *yasal uygulama eksikliği* alt kategorisi aynı ana kategoride yer alan *yönetişim sorunu* alt kategorisi ile birlikte sıkça vurgulanırken, *turizm yönetimi* ana kategorisinde yer alan *para geliri merkezli yaklaşım* alt kategorisi ise *destinasyonlar* temel kategorisi altında yer alan *yerli turistin dışlanması* ve *yerel turist farkı* kavramlarıyla yoğun bir şekilde ifade edilmiştir.

Şekil 4
Kullanıcı Görüşlerinden Elde Edilen Kod-Alt Kod Kategorik Dağılımın Kavramsal İlişki Ağı.

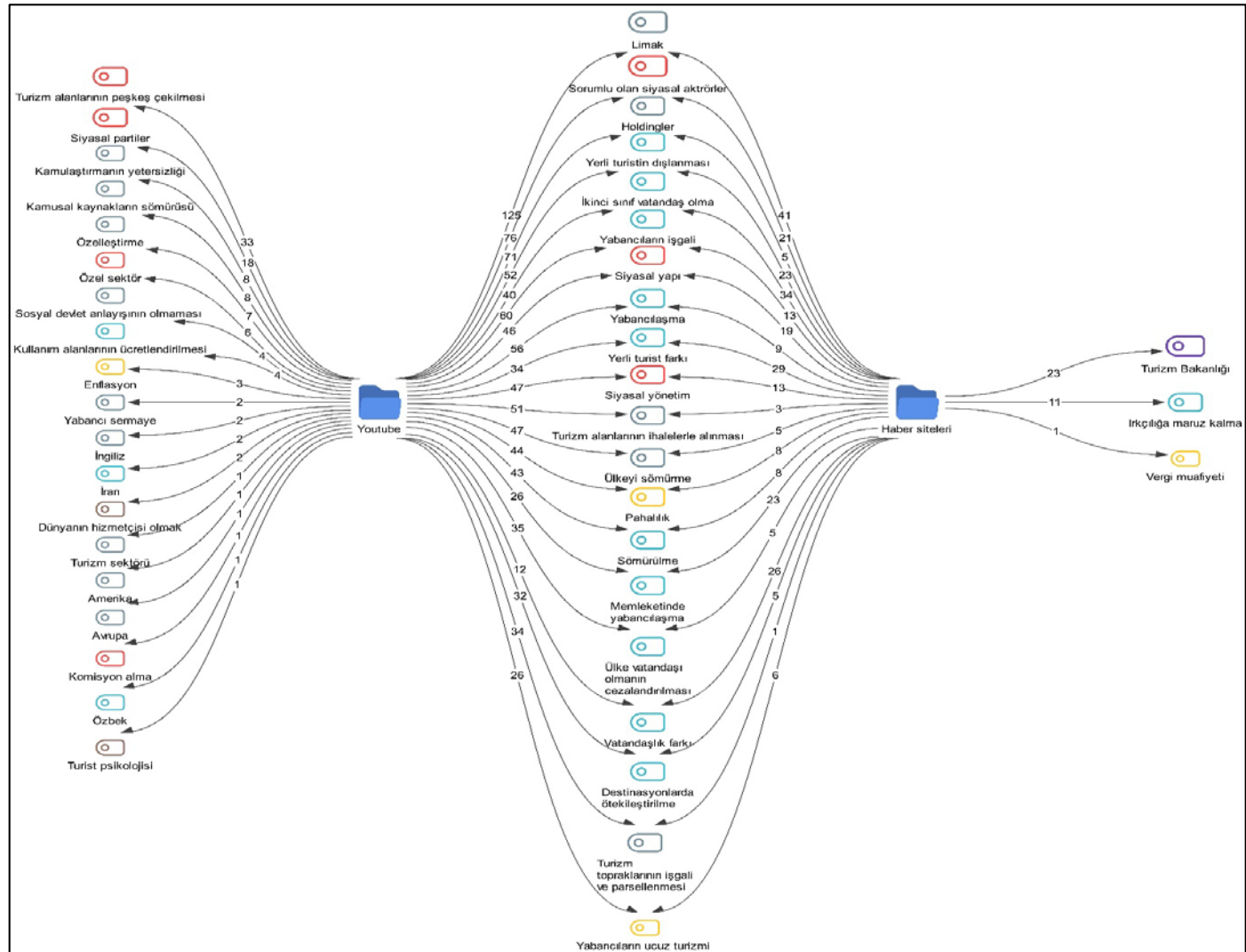


Kategoriler arasında kullanıcı ifadelerindeki ikinci derecede yoğunlaşma *turizmde maliyet* ve *destinasyonlar* ana kategorileri arasında gerçekleşmiştir. Bu bağlamda *turizmde maliyet* temel kategorisi altında yer alan *enflasyon* alt kategorisi yine aynı ana kategoride bulunan *yoksullaşma* alt kategorisi ile sıkça ifade edilirken *turizm alanlarına erişim sorunu* alt kategorisi ise hem *pahalılık* alt kategorisi hem de *destinasyonlar* temel kategorisinde bulunan *yerli turistin dışlanması*, *milli olmayan turizm* ve *yerli turist farkı* kavramlarıyla sıkça birlikte geçmiştir. Benzer şekilde *turizmde maliyet* ana kategorisi altında yer alan *pahalılık* alt kategorisi *destinasyonlar* temel kategorisinde bulunan *yerli turistin dışlanması*, *milli olmayan turizm*, *sömürülme* ve *yerli turist farkı* kavramlarıyla yoğun bir şekilde ifade edilirken yine *turizmde maliyet* ana kategorisinde bulunan *yabancıların ucuz turizmi* alt kategorisi *destinasyonlar* temel kategorisi altında yer alan *yerli turistin dışlanması*, *yabancıların işgali*, *milli olmayan turizm* ve *sömürülme* kavramlarıyla sıkça birlikte geçtiği belirlenmiştir. Kullanıcı verisinin analizi neticesinden üçüncü derecede ilişkisel yoğunluğun olduğu temel kategorilerin ise *turist psikolojisi* ve *destinasyonlar* ana kategorileri arasında gerçekleştiği

belirlenmiştir. Bu kapsamda Şekil 4 incelendiğinde *turist psikolojisi* ana kategorisi altında yer alan *sömürülmüş hissi* ve *aşığılanma* alt kategorilerinin *destinasyonlar* temel kategorisi altında yer alan *yerli turistin dışlanması* ve *ikinci sınıf vatandaş olma* kavramlarıyla; yine *aşığılanma* kavramının *turist psikolojisi* ana kategorisinde yer alan *küçük düşürülme*, *hor görülme* ve *ötekileştirilme* alt kategorileriyle yoğun bir şekilde vurgulandığı saptanmıştır. Aynı ana kategori altında yer alan *değersizlik hissi* alt kategorisi *umutsuzluk* alt kategorisi ile sıkça ilişkilendirilirken, yine *umutsuzluk* kavramının *destinasyonlar* temel kategorisi altında yer alan *ikinci sınıf vatandaş olma*, *destinasyonlarda ötekileştirilme*, *yerli turist farkı* ve *vatandaşlık farkı* kavramlarıyla sıkça geçtiği belirlenmiştir. Ayrıca *turist psikolojisi* ana kategorisi altında yer alan *yerli turist vatandaş olmaktan utanma* ve *umutsuzluk* alt kategorileri birlikte yoğun bir şekilde ifade edilirken *destinasyonlar* temel kategorisi altında yer alan *sömürülme* ve *milli olmayan turizm* alt kategorilerinin ve bu iki kavramla birlikte *yabancıların işgali* alt kategorisinin *yerli turistin dışlanması* kavramıyla sıkça ilişkilendirdiği ortaya konulmuştur.

Şekil 5

Kullanıcıların En Yoğun Kullandıkları Ortak Kavram Ağı.



Farklı sosyal medya platformlarında görüşlerini ifade eden kullanıcıların en yoğun kullandıkları 20 ortak kavram ile farklılaştıkları ifadeleri gösteren kavramlar Şekil 5'te belirtilmiştir. Ana kategoriler bazında analiz edildiğinde *destinasyonlar* temel kategorisinin 10 ortak kavram kullanımıyla ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. *Turizm sektörü* ana kategorisi 5 ortak kavram kullanımıyla ikinci sırada yer alırken, *siyasal aktörler* temel kategorisi 3 ortak kavram kullanımıyla üçüncü sırada yer almıştır. Kullanıcıların en sık frekansa sahip ortak kavram kullanımı konusundan ilk beşte yer alan kavramlar sırasıyla: *turizm sektörü* ana kategorisinde yer alan *Limak* (166); *siyasal aktörler* temel kategorisinde bulunan *sorumlu olan siyasal aktörler* (97), *turizm sektörü* temel kategorisinde yer alan *holdingler* (76), *destinasyonlar* ana kategorisi altında yer alan *yerli turistin dışlanması* (75) ve *ikinci sınıf vatandaş olma* (74) şeklinde sıralanmıştır. Buna karşılık en düşük frekans sayısına sahip ortak

kavramsal ifadeler ise: *turizmde maliyet* temel kategorisinde bulunan *yabancıların ucuz turizmi* (32); *turizm sektörü* ana kategorisi altında yer alan *turizm topraklarının işgali ve parçellenmesi* (36) ve *destinasyonlar* temel kategorisinde yer alan *destinasyonlarda ötekileştirilme* (37), *vatandaşlık farkı* (38) ve *ülke vatandaşı olmanın cezalandırılması* (40) şeklinde sıralanmıştır. Kullanıcılar tarafından ortak olarak vurgulanmayan kavramlar incelendiğinde ise en yoğun frekans sayısına sahip kavramların *siyasal aktörler* temel kategorisindeki *turizm alanlarının peşkeş çekilmesi* (33), *turizm yönetimi* ana kategorisinde yer alan *turizm bakanlığı* (23), yine *siyasal aktörler* temel kategorisindeki *siyasal partiler* (18), *destinasyonlar* temel kategorisinde yer alan *ırkçılığa maruz kalma* (11) ve eşit frekans (8) dağılımı ile *turizm sektörü* ana kategorisinde yer alan *kamusal kaynakların sömürüsü* ve *kamulaştırmanın yetersizliği* kavramları olduğu belirlenmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Neoliberal kapitalizmin her türlü coğrafi bileşeni dönüştürüp artı üretimin sürekliliğini sağlamak amacıyla araçsallaştırılması özellikle turizmin metalaştırılmasında işlevselleştirilmiştir. Bir yandan kapitalizmin gelişimine koşut olarak ortaya çıkan diğer yandan kapital toplumun bir uzantısı olarak gelişme gösteren turizm; küreselleşmenin, dijitalleşmenin, teknolojik ilerlemenin ve buna bağlı olarak beliren hareketliliğin etkisine bağlı olarak hızlı bir şekilde yayılım göstermiştir. Başta Batı coğrafyası olmak üzere turizmin tüm dünyada artı bir değer olarak görülmesi ve bundan kaynaklı olarak gelişme göstermesi her türlü sosyo-kültürel, dinsel, çevresel ve mekânsal konteksin kapitalist sömürünün bir uzantısı olarak algılanmasına neden olmuştur. Araştırmada örnekleme alınan katılımcıların ifadelerine yansıyan ve *turizm yönetimi* (Şekil 2) ana temasıyla da ayrıca kategorize edilen bulgu Britton (1982), Kirillova vd. (2017), Robinson (2003) ve Roney'in (2002) çalışmalarıyla paralel bir bağlama sahip olmuştur. Fakat turizmin neoliberal kapitalizm etkisine bağlı olarak beliren ve çalışma kapsamında katılımcı ifadelerine bağlı olarak ortaya çıkan bulgulardan bir diğeri turizm yönetiminden sorumlu siyasal kurum ve yapıların popüler ve ekonomik faydayı öncelemelerinden kaynaklı sonuçlardır. Bu temel bulgu Harvey'in (2019) siyasal aktörlerin politik kararları ile neoliberal uygulamalar arasındaki korelasyona atfettiği bağlamla ilişkili olmuştur. Keza Harvey, politika yapıcılar tarafından uygulanan çözümlerin, neoliberalizm çerçevesinde sermaye birikimini teşvik eden kalıcı bir turizm büyüme paradigması içinde gerçekleştiğini vurgulayarak güç ve neoliberal çıkarlar arasındaki düalist birlikteliğe atıfta bulunmaktadır. Bu kapsamda özellikle turizm yönetiminin ulus aşırı turist akışını sürdürmek ve buna hizmet sunan turizm endüstrisinin sürekliliğini sağlamak amacıyla ortaya koyduğu yasal düzenlemeler, ekonomik yatırımlar, küresel arza uyum sağlamaya yönelik siyasal kararlar ve bundan ötürü gerçekleşen eşitsizlikler turizmden kaynaklı "*yasal bir hegemonik durumun*" ve yerinde yabancılaşmanın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Keza araştırmada katılımcıların *para geliri merkezli yaklaşım, turizm teşviğinde adaletsiz dağılım, yasal uygulama eksikliği ve yönetim sorunu* alt kategorilerine yoğunlaşmaları (Tablo 1), buna atfettikleri anlatılar (Şekil 1) ve ilişkisel olarak ortaya koydukları bağıntılar (Şekil 4) turizm yönetiminin neoliberal çıkarlar doğrultusunda küresel sisteme bağımlı kaldığı şeklinde bir algıyı ortaya çıkarmaktadır.

Neoliberal amaçlarla ilişkili olarak ve turizm jeopolitiği alan yazındaki (Cohen ve Cohen, 2012; Rowen, 2014; Hall, 2015; Bhandari, 2019; Neef, 2021; Gillen, 2024) çalışmalardan farklı bir bağlamda ortaya çıkan diğer bir temel bulgu turizm sektöründe yaşanan gelişme ve evrilme durumudur. Bu noktada Türkiye'de neoliberal politika sürecinin özellikle 2000 sonrası dönemde hızlanması (Ar, 2024a) ve bundan ötürü kamusal uygulamaların önemli ölçüde azalması turizmde özel sektörün baskınlığını artırmasına, tekelleşmesine ve turizm politikalarında karar verici bir konum elde etmesine alan açmıştır. Çalışmada elde edilen frekans yüzdelerinin toplam oranlar noktasında ikincil derecede *turizm sektörü* ana kategorisi ve *özel sektör* alt kategorisinde

yoğunlaşmış olması (Tablo 1) bu temel bulgunun katılımcı ifadelerine yansımaları şeklinde ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte özel sektörün tekelleşmesiyle destinasyonların işletilmesine yönelik gelişmenin toplumsal faydayı sağlayacak şekilde yayılım göstermemesi Neef (2021) tarafından ortaya konulan arazi işgali nedeniyle yerinden edilme ve Harvey'in (2019), mülksüzleştirme yoluyla sermaye birikimi analizine özgün bir katkı sağlamaktadır. Keza turizm alanlarının siyasal kararlar ve sermaye odaklı girişimlerle dönüştürülmesi neticesinde yerli nüfusun yerinden edilmesi ve turizm alanlarının belli elitler tarafından kontrol edilmesi (bkz. Smith, 1997) turizm jeopolitiği literatüründe ele alınmaktadır. Fakat bunun sosyal tabakaların girişimlerini büyük ölçüde soyutlayacak şekilde hegemonik bir yapıya bürünmesi araştırmanın varsıl bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Kategorik dağılım noktasında *turizm sektörü* ana teması ve *özel sektör* alt kategorisine bağlı olarak katılımcılar tarafından ifade edilen *turizm topraklarının işgali ve parselenmesi, turizm alanlarının ihalelerle alınması, holdingler, kamu kaynaklarının sömürüsü* (Şekil 2) kavramlarının yüksek bir frekans sayısına sahip olması ilgili bulguyu desteklemektedir. Bu temel bulgu Bourdieu'nun (1989) tanımlamasıyla sermayenin ifade sahası olarak "*alan*"ın hegemonik çıkarlar doğrultusunda bir değer olarak görülmesini imlemektedir. Daha açık bir ifadeyle alanın yapısal organizasyonunun gücü elinde bulunduran aktörlerce domine edilmesi ve böylece ideolojik amaçlar doğrultusunda manipüle edilmesidir. Bu noktada özellikle ekonomik sermaye turizm mekanlarını artı değer alanı olarak görerek bir yandan mevcut kültürel ve sosyal sermayeyi dışlarken diğer yandan bu alanları yeniden üretmektedir. Böylece yerel sosyokültürel dinamikler yabancılaştığı coğrafyada marjinalleşen nesneler haline dönüşmektedir. Dahası katılımcılar tarafından siyasal karar verme mekanizmalarının özel sektör ile olan kamusal-politik birlikteliğinin araştırma bulgularında *siyasal aktörler, siyasal yozlaşma ve siyasal patronaj* kavramları üzerinden yoğun bir şekilde ilişkilendirilmesi (Şekil 4) ise şu temel sonuçları ortaya çıkartmıştır: Turizmin sahip olduğu ekonomik/fonksiyonel potansiyelin politik yapının özellikle siyasal patronaj amaçlarına hizmet edecek şekilde organize edilmesi. Bununla bağlantılı diğer bir husus, siyasal yozlaşmaya bağlı olarak siyasal aktörler ve özel sektör arasında gerçekleşen siyasal patronajın oldukça sınırlı bir yayılma alanına sahip olması. Katılımcılar tarafından en yoğun kullanılan ortak kavramın *Limak* olması bu temel bulguları açıklar niteliktedir (Şekil 5). Lefebvre'nin (2014) siyasi ekonominin mekânı olarak ifade ettiği bu durum gücün politik yapıyla ortaya çıkardığı sermaye ilişkilerinin rasyonel pratiklerle kaynakları ve araçları harekete geçirmesiyle işlevsel kılınmaktadır. Bu bağlamda sermaye odaklı bir yaklaşımla siyasi bilinç kendiliğini mekânda üreterek aynı zamanda o alanı ideolojik amaçları doğrultusundan yeniden üretir. Böylece sosyal ve kültürel mekanları şekillendirerek güç uygulamalarıyla siyasi ve ekonomik birikimin mekânı olarak merkez-çevre coğrafyasını inşa eder. Bu durumun yerel sosyal tabakalar açısından destinasyonlarda ortaya çıkan temel sonucu rekreasyonel alanlarda gelişen eşitsizliklerin göz ardı edilmesine ve daha ziyade ulusal-ulus aşırı ekonomik çıkarların öncelenmesine yönelik olmuştur.

Turizm jeopolitiği alanında küresel hareketliliği ortaya koyan çalışmalar (Tribe, 2008; Hannam vd., 2006; Tolkach ve Prat, 2022; Gillen, 2024) aynı zamanda belirli destinasyonlarda meydana gelen yoğunlaşmaları, hareketliliğin popüler üretim ile ilişkisini ve jeopolitik gelişmelerle bağlantısını analiz etmektedir. Fakat turizm hareketliliğinden doğan turizm algısı ve buna etki eden etkenlerden (çatışmalar, çevresel sorunlar, savaş, kıtlık) ötürü meydana gelen uluslararası göçler yerel toplumun destinasyonlara yabancılaşma nedenlerini çok boyutlu bir görünüme evirmiştir. Bu kapsamda araştırma verilerinden elde edilen *yabancılaşma*, *yabancıların işgali*, *destinasyonlara erişim sorunu*, *sömürülme* ve *milli olmayan* turizm kategorik bulgular (Şekil 2) alan yazında (Novy ve Colomb, 2017; Milano vd., 2019; Alvarez-Sousa, 2018) ortaya konulan analizlerle belirli noktalarda paralellik göstererek dört temel boyutta bu bağlamı açıklamaktadır:

Birincisi, literatürde yer alan çalışma bulgularından farklı olarak artış gösteren göçmen/mülteci yoğunluğunun yerel toplumun destinasyonlara erişimi ve kullanımına olan yansımalarıdır. Özellikle 2020 yılından 2023 yılına sırasıyla 15,9, 24,7, 51,3 ve 56,6 milyon (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB], 2024) yabancı turist ile birlikte yasal kalış hakkı bulunan 4,5 milyon göçmenin (İletişim Başkanlığı, 2024) yurt içi hareketliliğe katılması yerli toplumun destinasyonlara erişimini kısıtlamıştır. Başta turizm sektöründen kaynaklı olarak yabancı turistlerin destinasyon kullanımına ayrıcalıklar tanınması, konaklamadan rezervasyon hizmetlerine kadar fiziksel ve kurumsal organizasyonun tüm boyutlarıyla bu bağlamda işlevselleştirilmesi turizme erişimin yapısal kısıtlılığını oluşturmuştur. Turizm hareketliliğinin niteliği açısından önemli olan diğer bir alt bulgu özellikle kıyı turizmi coğrafyalarında fiyat avantajı, iklim, vatandaşlık yasal uygulamaları gibi etkenlerle ortaya çıkan kalıcı turistlerin artışıdır. Bu hususta turizm alanındaki literatürün (Dayıoğlu, 2012; Özerim, 2012; Kurşunlugil, 2010; Colau, 2014; Südaş, 2014; Koens vd., 2018; Milano vd., 2019) gündeminde yoğun olarak yer alan yabancı turist göçü çalışmalarıyla paralel olarak araştırma bulgularında ortaya çıkan *yabancıların işgali*, *Rus*, *Avrupalı* kavramsal temaları (Şekil 2) turizmde hareketliliğin niteliğinden kaynaklı yabancılaşmanın bir sonucu olarak katılımcı ifadelerine yansımıştır. Benzer şekilde turist hareketliliğinin göçmen/mülteci artışıyla coğrafi görünümünü şekillendirmeye başlaması ve özellikle bu durumun kitle turizm alanlarında gelişen yoğunluğu, yerel toplumun destinasyonları kullanma imkanlarını kısıtlamaktadır. Başta sahillerde artan yoğunluk olmak üzere turist önceliğine dair ortaya konulan uygulamalar bu bağlamda araştırmanın örneklemine alınan sosyal medya kullanıcı ifadelerine ve ortak kavram vurgusuna yoğun bir şekilde yansımıştır (Şekil 3 ve Şekil 5).

İkincisi, yabancılaşmanın ortaya çıkartmış olduğu psikososyal ve psikocoğrafi sonuçlardır. Bu noktada özellikle turizm yönetimi uygulamaları, turizmde özel sektörün ortaya koymuş olduğu politikalar, turist hareketliliğinin yoğunluğu vb. etmenlerden kaynaklanan kısıtlamalar, yabancı turist odaklı yaklaşım ve turizm peyzaj alanlarına karşı duyulan aidiyet sorunu yerel toplum açısından psikolojik dinamikleri ortaya çıkartmıştır. Zira

araştırmada *aşağılanma*, *değersizlik hissi*, *hor görülme*, *umutsuzluk* ve *ötekinin hizmetçisi olma duygusu* kavramlarının turist *psikolojisi* ana teması altında (Şekil 2) kategorize edilmesi ve bu kavramların yoğun bir şekilde *destinasyonlar* temel kategorisiyle ilişkilendirilmiş olması (Şekil 4) psikoloji ve coğrafya arasındaki korelasyona bağlı olarak gelişen yabancılaşmanın kullanıcı ifadelerine yansımaları olmuştur.

Alan yazındaki literatürden ayrı olarak ortaya çıkan *üçüncü* temel bulgu, turizmde yabancılaşmayı ve buna etki eden dinamikleri görünür kılan toplumsal refah seviyesi durumudur. Her ne kadar karar verme mekanizmalarının ortaya koymuş oldukları uygulamalar üst anlatıda belirtildiği üzere farklı açılarla turizmde yabancılaşmaya etki edecek koşulları sağlamış olsa da yerel toplumun ekonomik açıdan erişim problemi yaşamaması bu durumun sosyal bir problem olarak algılanmasını engellemiştir. Fakat özellikle ekonomik gelir düzeyinin azalmasına bağlı olarak yerel toplumun destinasyonlara katılımının düşmesi buna karşın yabancı turist ve göçmen toplulukların bu alanları daha yoğun bir şekilde deneyimlemesinden kaynaklanan eşitsiz gelişim zaten var olan hegemonik kurulumu ve uygulamaları açığa çıkartmıştır. Bu noktada araştırmada katılımcıların *turizmde maliyet* teması altında *enflasyon*, *pahalılık*, *düşük ölçekli turizm arayışı* ve *yabancıların ucuz turizmi* (Şekil 2) kavramlarında yoğunlaşması siyasal pratiklere ve neoliberal amaçlara bağlı eşitsizlikler ile bu eşitsizliklerden kaynaklanan yabancılaşmanın ekonomik dağılım ile korelasyonunu ortaya koymaktadır. *Dördüncüsü*, turizm ve aşırı turist akışına yönelik analizlere odaklanan ve yerel protesto kültürüne, aktörlerine ve kurumlarına yönelik önemli analizler ortaya koyan çalışmalardan (Novy ve Colomb, 2017; Hughes, 2018; Changsup vd., 2022) farklı olarak beliren temel bulgudur. Bu noktada bu araştırmada yerel halkın destinasyonlara yabancılaşma durumu karşısında ulusal ölçekte ekonomik refah seviyesinin azalmasından kaynaklı olarak protest bir karşıtlığın oluşmaya başladığının tespitidir. Dahası bu bağlamda ilgili literatüründen ayrıışan ve araştırmanın özgün bulgusu olarak beliren bir diğer dinamik Türkiye’de aşırı turizm hareketliliğinden ötürü protesto bilincinin henüz kolektif bir kurumsallığa dayanmadığının ortaya çıkmasıdır.

Araştırmada, sosyal medya kullanıcılarının fenomenolojik algılarının hareketle turizmde yabancılaşmayı ortaya çıkartan dinamikler, yabancılaşmanın çok boyutlu yansımaları ve buna etki eden siyasal yapı ve aktörlerin pratikleri incelenerek turizm jeopolitiğinin hareketlilik, popüler, çevresel ve güvenlik jeopolitiği literatürüne aşağıdan (birey ve toplum temelli) jeopolitik yaklaşımıyla katkı sağlanmıştır. Bu çerçevede çalışmada elde edilen bulgular turizmin sadece savaş, yıkım, postkolonyalist sonrası süreçler, sınırlar ve destinasyonların jeopolitik gündemini değil aynı zamanda siyaset ve mekân arasında inşa edilen her türlü mikro hegemonik kurulumu irdeleyen bir bağlama sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle post-kapitalizm etki sahası içerisinde yoğun bir şekilde gelişme gösteren neoliberalizmin farklı çıkar gruplarını bir araya getirerek hegemonik amaçlar doğrultusunda mekânı metalaştırması, sömürmesi ve bu çerçevede bireysel/toplumsal yabancılaşmaya neden olması turizm coğrafyalarında yoğun bir şekilde gelişme göstermiştir. Bu kapsamda Türkiye’de yıllara sair olarak önemli bir

ivme kazanan neoliberalleşme politikaları dünyada yaşanan küreselleşmenin etkisiyle turizm alanında da yoğun bir şekilde hissedilmiştir. Sermaye aktörlerinin siyasal yapının etki(leşim) sahası içerisinde gerçekliğini bulduğu turizm mekânları gelişim evresinde yerel toplumun ekonomik kazanımlarına da ayrıca aracılık eden bir yapısallığa sahip olmuştur. Sosyal tabakaların fetişe edilen kültürel, ekonomik ve toplumsal dinamiklere dair farkındalığının ortaya çıkmadığı bu süreçte destinasyonlar artı değer üretecek şekilde bir yandan bireysel girişimi engelleyecek bir mekânsal-ekonomik yapısallığa dönüştürülmüştür. Diğer yandan siyasal patronaj ilişkisine bağlı olarak sınırlı elitlerce tekelleşen bir yapıya evrilmiştir. Dahası, turizm coğrafyaları, turist hareketliliği ve buna aracılık eden turizm yönetimi, planlanması ve hizmeti gibi her türlü olgu bu hegemonik yapının çıkarları doğrultusunda uygulamaya alınmıştır. Turizm mekânlarında sosyal ve yapısal eşitsizlikleri ortaya çıkaran fakat görünür kılmayan bu durum refah dengesinin ortadan kalması ve böylece destinasyonlara erişim sorununun gerçekleşmesiyle toplumsal açıdan patolojik bir vaka olarak algılanmaya başlanmıştır. Bu durum siyasal karar alma mekanizmaları ve çıkar grupları arasındaki kurumsal, yönetsel ve yasal hiyerarşinin sorunsallaşmasına ve gömülü güç ilişkilerinin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca turizme yönelik toplumsal yabancılaşmanın ekonomik, kültürel, psikolojik, mekânsal ve yönetsel boyutlarını açığa çıkaran bu sorgulama süreci yabancı turizm ve göçmen/mülteci akışından kaynaklı hareketlilik arasındaki kategorik ayrımı ortadan kaldırmıştır. Dahası neoliberal kurumların ortaya çıkarttığı eşitsizlikleri giderecek, kamusal sektörün rolünü artıracak ve mekânsal/toplumsal bileşenlerin metalaştırılmasına karşı farkındalığı artıracak bilişsel bir zemin inşa etmiştir.

Bazı sınırlılıklar dâhilinde yürütülmüş olan araştırma, bu sınırlılıklarla ayrıca gelecekteki araştırmalar için belirli önerilerin ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Bu noktada çalışmanın temel sınırlılığı kullanılan içerik analiz tekniği olmuştur. Sosyal medya araçlarından elde edilen kullanıcı verisinin eleştirel analiz tekniğine imkân tanıyacak bir bağlama sahip olmaması çalışmanın en belirleyici sınırlılığını oluşturmaktadır. Fakat bu noktadan hareketle görüşme tekniğinden faydalanılarak belirli fenomenlerin algılarının eleştirel söylem analizi ya da eleştirel tematik analiz teknikleri kullanılarak incelenmesi ulusal literatür açısından önemli bir boşluğu dolduracaktır. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı analizin rastgele örneklem türüne göre sınırları daraltılmış belirli bir mekâna uyarlanmadan ulusal ölçekte bir kapsam ile gerçekleştirilmiş olmasıdır. Fakat özellikle Mardin, Van, Antalya, Rize gibi daha lokal coğrafyalarda artan aşırı turizm faaliyetleri göz önüne alınarak yapılacak çalışmalar mekânsal farklılığa dair özgün bulguları ortaya koyabilecektir. Bu araştırma yönelimleriyle birlikte çalışmanın verilerinden hareketle hem merkezi hem de yerel yönetimler için ise şu öneriler ortaya konulabilir:

- Merkezi yönetim tarafından yerel toplumun destinasyonlara aidiyetini destekleyecek yapısal önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu kapsamda başta "Turizm Strateji Belgesi" olmak üzere siyasal yapı ile turizm yatırımı arasındaki

şeffaflığı sağlayacak sosyal lisans mekanizmalarının devreye alınması ve yabancılaşmayı engellemeye yönelik politikaların belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca tarafsızlık raporlarının devreye alınması turizmin tüm paydaşlara yayılım göstermesine aracılık edecektir. Yine turizm gelirlerinin yerel topluma paylaşımı ve yerel istihdam ve destinasyonlardan yararlanmada pozitif ayrımcılık tanınarak ekonomik adalet mekanizmalarının sağlanması ve kültürel çözümleyi engelleyecek hukuki düzenlemelerin hayata geçirilmesi gerekmedir.

- Yerel yönetimlerin aşırı turizmin sonuçları karşısındaki rolü ise eşitsiz gelişme üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Bu hususta yerel toplumun tüm paydaşlarıyla turizm politikalarına katılımının sağlanması, kültür direnç projelerinin bu paydaşlarla birlikte hayata geçirilmesi, erişim hakkı ve konut spekülasyon sınırı gibi mekânsal düzenlemelerin yerel toplumun lehine organize edilmesi, ekolojik tahribat ve sosyal açıdan dezavantajlı gruplar için turizm gelirlerinden pay ayrılması ve turizmin sonuçlarından kaynaklı psikososyal destek birimlerinin oluşturulması yabancılaşmanın sonuçlarını minimize etmede önemli çıktılar sağlayacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Adorno, T., ve Bernstein, J. M. (2020). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Routledge.
- Alvarez-Sousa, A. (2018). The problems of tourist sustainability in cultural cities: Socio-political perceptions and interests management. *Sustainability* 10(2), 502-533. <https://doi.org/10.3390/su10020503>
- An, N., & Dittmer, J. (2023). The geopolitics of tourism in the Indo-Pacific. *Geopolitics* 28(4), 1405-1421. <https://doi.org/10.1080/14650045.2023.2200940>
- Ar, M. (2020). Jeopolitik söylemde paradigmatik değişim ve eleştirel söylem analizi. *International Journal of Geography and Geography Education*, 42, 278-290. <https://doi.org/10.32003/igge.674834>
- Ar, M. (2023). Relational space: Football as a meta fetishism. *Journal of Geography*, 47, 223-240. <https://doi.org/10.26650/JGEOG2023-1293999>
- Ar, M. (2024a). Türkiye’de siyasal aktörlerin kentsel gelişime etkisi ve siyasal benliğin inşası. *IDEALKENT*, 16(44). <https://doi.org/10.31198/idealkent.1487189>
- Ar, M. (2024b). Türkiye’de siyasi coğrafyanın disipliner pratiği: Eleştirel bir değerlendirme. *Ege Coğrafya Dergisi*, 33(2), 245-269. <https://doi.org/10.51800/ecd.1522011>

- Ar, M. (2025). "Home" as a geography of resistance and resurrection. *Kent Akademisi*, 18(1), 563-585. <https://doi.org/10.35674/kent.1566196>
- Ateljevic, I., Morgan, N., & Pritch, A. (2007). *The critical turn in tourism studies*. Elsevier.
- Baudrillard, J. (2019). *For a critique of the political economy of the sign*. Verso.
- Baudrillard, J. (2024). *Tüketim toplumu*. Ayrıntı.
- Bauman, Z. (1992). *Intimations of postmodernity*. Routledge.
- Bhandari, K. (2019). Tourism and the geopolitics of Buddhist heritage in Nepal. *Annals of Tourism Research* 75, 58-69. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.006>
- Bianchi, R. V. (2009). The critical turn'in tourism studies: A radical critique. *Tourism Geographies* 11(4), 484-504. <https://doi.org/10.1080/14616680903262653>
- Bigger, P., & Neimark, B. D. (2017). Weaponizing nature: The geopolitical ecology of the US Navy's biofuel program. *Political Geography* 60, 13-22. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2017.03.007>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson, *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1989). Social space and symbolic power. *Sociological theory* 7(1), 14-25.
- Bourdieu, P. (1999). *Sanatın kuralları*. YKY.
- Bourdieu, P. (2010). Sermaye biçimleri. M. M. Şahin, & A. Z. Ünal, *Sosyal sermaye-kuram uygulama eleştirisi* içinde. Değişim Yayınları.
- Britton, S. G. (1982). The political economy of tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research* 9(3), 331-358. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90018-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90018-4)
- Chhabra, D. (2018). Soft power analysis in alienated borderline tourism. *Journal of Heritage Tourism* 13(4), 289-304. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2017.1337775>
- Changsup, S., Park, Y.-N., Lee, C.-K., Kim, Y. S., & Hall, C. M. (2022). Exploring protest tourism motivations: The case of Hong Kong. *Tourist Studies* 22(3), 243-261. <https://doi.org/10.1177/14687976221085729>
- Chaddad, R. (2021). Culture, tourism, and territory: Analyzing discourses and perceptions of actors in Byblos and Baalbek in Lebanon. *Journal of Tourism and Cultural Change* 19(6), 805-818. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1802470>
- Chiang, M.-H. (2012). Tourism development across the Taiwan Strait. *East Asia*, 29, 235-253.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology* 13(2), 179-201. <https://doi.org/10.1177/003803857901300203>
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism research* 39(4), 2177-2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Colau, A. (2014, 09 02). Mass tourism can kill a city – just ask Barcelona's residents. The Guardian: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/02/mass-tourism-kill-city-barcelona> adresinden alındı
- Coles, T., & Hall, D. (2005). Tourism and European Union enlargement. Plus ça change? *International Journal of Tourism Research*, 7(2), 1-27. <https://doi.org/10.1002/jtr.512>
- Comor, E. (2011). Contextualizing and critiquing the fantastic prosumer: Power, alienation and hegemony. *Critical Sociology* 37(3), 309-327. <https://doi.org/10.1177/0896920510378767>
- Connell, J. (2019). Tourism as political theatre in North Korea. *Political Geography*, 68, 34-45. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2018.11.003>
- Cuong, V. (2020). Alienation of ethnic minorities in community-based tourism. *Current Issues in Tourism* 23(21), 2649-2665. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1733942>
- Daher, R. F. (2006). *Tourism in the Middle East: Continuity, change and transformation*. Bristol: Multilingual Matters.
- Daigle, M. (2021). This is how we travel: Sex, love, intimacy and the border. *Geopolitics* 26(2), 378-403. <https://doi.org/10.1080/14650045.2019.1620209>
- Dalby, S. (2013). The geopolitics of climate change. *Political Geography*, 37, 38-47. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2013.09.004>
- Davis, J. B. (2010). Commentary: Tourism research and social theory-expanding the focus. *Tourism Geographies*, 3(2), 125-134. <https://doi.org/10.1080/14616680010030248>
- Dayioğlu, L. (2012). Almanya'dan Al (m) any'a gönüllü göç sürecine bakış: Emeklilik sonrası Alanya'daki yerleşik Almanlar. *Studien zur deutschen Sprache und Literatur* 1(27), 35-51. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/iua_ded/issue/1051/11892
- Dittmer, J. (2014). Geopolitical assemblages and complexity. *Progress in Human Geography* 38(3), 385-401. <https://doi.org/10.1177/0309132513501405>
- Dittmer, J., & Gray, N. (2010). Popular geopolitics 2.0: Towards new methodologies of the everyday. *Geography compass* 4(11), 1664-1677. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2010.00399.x>
- Duffy, R. (2001). Peace parks: The paradox of globalisation. *Geopolitics*, 6(2), 1-26. <https://doi.org/10.1080/14650040108407715>
- Duvernoy, S. (2012, Eylül 17). Tourist-bashing turns ugly in Berlin. Erişim adresi: Reuters: <https://www.reuters.com/article/lifestyle/tourist-bashing-turns-ugly-in-berlin-idUSBRE88C0ZU/>
- Dünya Gazetesi. (2024, Nisan 28). Antalya'da milliyet farkı ücreti alan otele soruşturma, Limak Hotels'den açıklama geldi. *Dünya Gazetesi*. Erişim adresi: <https://www.dunya.com/gundem/antalyadamilliyetfarkiucretialanotelesorusturalimakhotelsdenaciklamageldihaberi724599%20adresinden%2011.10.2024%20tarihinde%20al%C4%B1nd%C4%B1>
- Elledge, A. M., & Faria, C. (2020). I want to... let my country shine: Nationalism, development, and the geographies of beauty. *Environment and Planning D: Society and Space* 38(5), 829-848. <https://doi.org/10.1177/0263775820911953>
- Garrett, D. (2017). Contesting China's tourism wave: identity politics, protest and the rise of the Hongkonger city state movement. In J. Novy, & C. Colomb, *Protest and resistance in the tourist city* (p. 121-142). Routledge.
- Gelbman, A., & Timothy, D. J. (2010). From hostile boundaries to tourist attractions. *Current issues in tourism* 13(3), 239-259. <https://doi.org/10.1080/13683500903033278>
- Gillen, J. (2024). Tourism geopolitics: Roots and branches. *Tourism Geographies*, 27(3-4), 1-11. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2332354>
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lerden günümüze Türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 14(1), 151-177. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduibfd/issue/20831/223142>
- Hall, D. (2015). Bringing geopolitics to tourism. In D. Hall (Eds.), *Tourism and Geopolitics: Issues and concepts from central and eastern Europe* (pp. 3-14). CAB International.
- Hannam, K., Sheller, M., & Urry, J. (2006). Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities* 1(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/17450100500489189>
- Harvey, D. (1985). The geopolitics of capitalism. In D. Gregory, & J. Urry, *Social relations and spatial structures* (s. 128-163). Macmillan Education.

- Harvey, D. (2019). *Yeni emperyalizm*. Sel Yayınları.
- Harvey, D. (2022). *Sermayenin mekanları: Eleştirel bir coğrafyaya doğru*. Sel Yayıncılık.
- Hollinshead K, & Hou CX. (2012). The seductions of soft power: The call for multifronted research into the articulative reach of tourism in China. *Journal of China Tourism Research* 8(3), 227–247. <https://doi.org/10.1080/19388160.2012.703923>
- Hughes, N. (2018). Tourists go home: Anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies* 17(4), 471–477. <https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1468244>
- İletişim Başkanlığı. (2024, Eylül 10). *Türkiye’de bulunan yabancıların sayısı ve vatandaşlık durumları ile ilgili iddialara dair açıklama*. Erişim adresi: <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/turkiyede-bulunan-abancilarin-sayisi-vevatandaslik-durumlari-ile-ilgili-iddialara-dair-aciklama>
- Kearns, G. (2009). *Geopolitics and empire: The legacy of Halford Mackinder*. Oxford University Press.
- Kelly, J. B., & Janet, R. J. (2001). The alienated child: A reformulation of parental alienation syndrome. *Family court review* 39(3), 249–266. <https://doi.org/10.1111/j.174-1617.2001.tb00609.x>
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2017). Tourism and existential transformation: An empirical investigation. *Journal of Travel Research* 56(5), 638–650. <https://doi.org/10.1177/0047287516650277>
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability* 10(12), 4383–4398. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Kurşunluğil, İ. (2010). Türkiye’ye yaldızlı göç: İstanbul’da yaşayan Avrupa vatandaşları. *Ege Coğrafya Dergisi* 19(1), 49–66. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ecd/issue/4873/66901>
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın üretimi*. Sel Yayıncılık.
- Longhofer, W., & Winchester, D. (2016). *Social theory re-wired new connections to classical and contemporary perspectives*. Routledge.
- Lukács, G. (1972). *History and class consciousness: Studies in Marxist dialectics*. MIT.
- MacCannell, D. (2013). *The tourist: A new theory of the leisure class*. California University.
- Marcuse, H. (2013). *One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Routledge.
- Maxwell, J. A. (2008). Designing a qualitative study. Vol. 2. The SAGE handbook of applied social research methods. In L. Bickman ve D. J. Rog (Eds.), *The SAGE handbook of applied social research methods* (pp. 414–453). SAGE.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development* 16(4), 353–357.
- Miller, J. C., & Del Casino Jr, V. J. (2018). Negative simulation, spectacle and the embodied geopolitics of tourism. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 43(49), 661–673. <https://doi.org/10.1111/tran.12244>
- Minca, C. (2009). The island: Work, tourism and the biopolitical. *Tourist Studies* 9(2), 88–108. <https://doi.org/10.1177/1468797609360599>
- Molinari, I. (2002). Quebec in Europe: Constraints and opportunities. *American Review of Canadian Studies*, 32(2), 239–258. <https://doi.org/10.1080/02722010209481082>
- Mostafanezhad, M., Azcárate, M. C., & Norum, R. (2021). *Tourism geopolitics: Assemblages of infrastructure, affect, and imagination*. University of Arizona Press.
- Murphy, A. B., Bassin, M., Newman, D., & Reuber, P. (2004). Is there a politics to geopolitics? *Progress in Human Geography* 28(5), 619–640. <https://doi.org/10.1191/0309132504ph508oa>
- Musto, M. (2010). Revisiting Marx’s concept of alienation. *Socialism and Democracy* 24(3), 79–101. <https://doi.org/10.1080/08854300.2010.544075>
- Neef, A. (2021). *Tourism, land grabs and displacement: The darker side of the feel-good industry*. Routledge.
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar*. Yayın Odası Yayınları.
- Novy, J., & Colomb, C. (2017). Urban tourism and its discontents : In An introduction. J. Novy, & C. Colomb, *Protest and resistance in the tourist city* (s. 15–44). Routledge.
- Olson, R. (2002). Turkey-Russia relations, 2000–2001: Containment or conagement? *ORIENT-HAMBURG*, 43(1), 79–94. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/289807156_Turkey-Russia_relations_2000-2001_Containment_or_conagement
- Osmanoğlu, Ö. (2016). Hegel’den Marcuse’ye yabancılaşma olgusu. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 3, 65–92. <https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.2.3.23>
- Özbudun, S., Markus, G., & Demirel, T. (2008). *Yabancılaşma ve... Ütopya* Yayınevi.
- Özerim, M. G. (2012). Emekli göçleri rotasında Türkiye: Avrupalı emekli göçmenlerin Türkiye’yi tercih etme nedenleri ve Türkiye algıları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 7(28), 4766–4787. Erişim adresi: <https://avesis.yasar.edu.tr/yayin/7316832d-9317-4007-a5d1-c317b056b6fe/emekli-gocleri-rotasinda-turkiye-avrupali-emekli-gocmenlerin-turkiye-yi-secmeye-nedenleri-ve-turkiye-algilari>
- Putcha, R. S. (2020). After eat, pray, love: Tourism, orientalism, and cartographies of salvation. *Tourist Studies* 20(4), 450–466. <https://doi.org/10.1177/1468797620946808>
- Robinson, J. (2003). Postcolonialising geography: Tactics and pitfalls. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 24(3), 273–289. <https://doi.org/10.1111/1467-9493.00159>
- Roney, S. A. (2002). Fordizmden post fordizme geçiş sürecinin turizme yansımaları: Kitle turizmi ve alternatif turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 13(1), 9–14. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataad/issue/53050/702502>
- Rowen, I. (2014). Tourism as a territorial strategy: The case of China and Taiwan. *Annals of Tourism Research* 46, 62–74. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.02.006>
- Saldana, J. (2022). *Nitel araştırmacılar için kodlama el kitabı*. PEGEM.
- Sheppard, E. (2002). The spaces and times of globalization: Place, scale, networks, and positionality. *Economic Geography* 78(3), 307–330. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2002.tb00189.x>
- Shin, Y. S. (2004). Tourism development in North Korea: Economical and geopolitical perspective. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 15(2), 150–163. <https://doi.org/10.1080/13032917.2004.9687153>
- Smith, M. E. (1997). Hegemony and elite capital: The tools of tourism. In E. Chambers (Eds.), *Tourism and culture: An applied perspective* (pp. 199–214). Suny Press.
- Sparke, M., Sidaway, J. D., Bunnell, T., & Grundy-Warr, C. (2004). Triangulating the borderless world: Geographies of power in the Indonesia–Malaysia–Singapore growth triangle. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29(4), 485–498. <https://doi.org/10.1111/j.0020-2754.2004.00143.x>
- Stoffelen, A., Ioannides, D., & Vanneste, D. (2017). Obstacles to achieving cross-border tourism governance: A multi-scalar approach focusing on the German-Czech borderlands. *Annals of Tourism Research*, 64(5), 126–138. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.03.003>

- Südaş, İ. (2014). Biz turist istedik insanlar geldi. A. Kaya (Ed.), *Farklılıkların birlikteliği: Türkiye ve Avrupa'da bir arada yaşama tartışmaları* içinde (s. 121-150). Hiperlink Yayınları.
- Tolkach, D., & Pratt, S. (2022). Globalisation and cultural change in Pacific Island countries: the role of tourism. In M. McLeod, R. Dodds, ve R. Butler (Eds.), *Island tourism sustainability and resiliency* (pp. 10-35). Routledge.
- Tribe, J. (2008). Tourism: A critical business. *Journal of Travel Research* 46(3), 245-255. <https://doi.org/10.1177/0047287507304051>
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2024). *Turizm rapor ve istatistikleri*. Erişim adresi: <https://www.tursab.org.tr/ziyaretci-sayilari/ziyaretci-sayilari-2024>
- Valdivielso, J., & Moranta, J. (2020). The social construction of the tourism degrowth discourse in the Balearic Islands. In F. Robert, I. M. Mas, & A. Blanco, *Tourism and degrowth* (s. 132-148). Routledge.
- Weaver, D. B. (2010). Geopolitical dimensions of sustainable tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(1), 47-53. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081618>
- Yang, C. (2020). Staging Israel/Palestine: The geopolitical imaginaries of international tourism. *Environment and Planning C: Politics and Space* 38(6), 1075-1090. <https://doi.org/10.1177/2399654420915573>
- Yuill, C. (2011). Forgetting and remembering alienation theory. *History of the Human Sciences* 24(2), 103-119. <https://doi.org/10.1177/0952695111400525>