

The Contribution of Tourist Interactions to Foreigners' Learning of Turkish

Muhammet Nimet ÇAVUŞ¹

About the Article

Received: 21.07.2025

Accepted: 29.09.2025

Published: 23.10.2025

Keywords

Touristic Interaction

Turkish Language Learning

Process

Tourism Education

Mixed-Method Research

Abstract

This study aims to identify the awareness and opinions of students receiving tourism education regarding language and cultural interaction in the process of foreigners learning Turkish through touristic experiences. The research was conducted with the participation of 330 students studying at Aydın Adnan Menderes University Didim Vocational School and was designed using a mixed-method approach. Data were collected through a structured questionnaire developed by the researcher; quantitative data were analyzed using SPSS 28.0, while qualitative data were examined with MAXQDA 2020 software. Quantitative analyses revealed that variables such as gender, age, class level, touristic experience, and foreign language proficiency significantly affected students' levels of awareness, whereas the department variable did not have a significant effect. Open-ended responses from participants were visualized using the code cloud technique, and students highlighted key challenges tourists face while learning Turkish, such as "local dialect," "word pronunciation," and "grammatical complexity." Sequential logistic regression analysis was applied in the study to determine the factors influencing the contribution level of touristic interactions to the Turkish learning process. According to the regression results, factors such as the student's department, class level, the tourist's interaction environment, type of interaction, the student's perception of contribution, and the tourist's basic Turkish knowledge and perception of contribution to service quality were identified as significant predictors. The findings of the study emphasize the importance of an interdisciplinary perspective in the relationship between teaching Turkish to foreigners and tourism education and offer various recommendations for practitioners, educators, and policymakers.

For Citation

Çavuş, M. N. (2025). The Contribution of Tourist Interactions to Foreigners' Learning of Turkish. *MSKU Journal of Education*, 12(2), 322-349. DOI: 10.21666/muefd.1747067

Introduction

The desire and necessity for humans to learn foreign languages has persisted since the earliest periods of civilization. Throughout history, various factors such as trade, wars, and migration movements have influenced communication between societies. As a result, the desire to travel, curiosity about different cultures, educational needs, and international agreements have made foreign language learning inevitable (Gönen-Kayacan, 2024). In today's world, intercultural interaction has accelerated significantly. As a result, foreign language learning has gone beyond being merely a linguistic process and has gained social, cultural, and experiential dimensions.. In this context, individuals being present in different cultural environments and engaging directly with those cultures has become a significant factor in language acquisition. The role of touristic experiences in foreign language teaching can be examined through the lens of Vygotsky's (1978) social development theory and Long's (1996) interactionist theory of language. According to Vygotsky's (1978) theory, individuals acquire language through interaction with people in their environment. The interactionist approach argues that foreign language learning occurs most effectively in meaningful communicative settings. Long (1996) states that meaning negotiations that occur during interaction help learners notice and correct deficiencies in their language use. In touristic settings, interactions such as shopping, asking for directions, or placing

¹ Aydın Adnan Menderes University – mncavus@adu.edu.tr – ORCID: 0000-0003-0860-7643

an order with locals provide natural opportunities for such meaning negotiations. Tourism stands out as one of the most dynamic and natural forms of cultural contact. Interactions that occur in touristic contexts are fundamental elements of these natural learning processes. Foreign tourists' verbal and non-verbal communication with locals in the countries they visit not only enables them to gain cultural knowledge, but also allows them to use the language they are learning in everyday life. According to Vygotsky's concept of the "zone of proximal development," individuals can only reach their potential for learning through interactions with more competent social actors (such as locals, tourism workers, guides, etc.). In this context, the daily life experiences that foreigners encounter in Turkey contribute to their becoming active language learners within their own zone of proximal development. Byram (1997) argues that learning a foreign language should not be limited to its linguistic structures. It should also encompass the cultural codes, values, and behavioral patterns associated with that language.. From the perspective of cultural language acquisition, it is evident that language involves not only grammar and vocabulary, but also its cultural context (Byram, 1997). During touristic interactions, foreigners have the opportunity to experience not only the everyday use of Turkish but also its cultural elements. Touristic interactions allow learners to engage directly with Turkish culture. In doing so, they gain insight not only into the language itself, but also into the social norms and cultural values underlying it. Intercultural interaction enhances learners' empathy skills as well as their communicative competence. The situated learning approach developed by Lave and Wenger (1991) posits that learning takes place within a specific social context and through real-life experiences. In other words, while learning a language, the individual lives it, applies it, and experiences it. Touristic interactions serve as examples of such situated learning environments. For instance, the Turkish words and phrases used when ordering food in a restaurant become permanent because they are learned in a real context, rather than through rote memorization.

In the literature, a study by Chen and Du (2021) examined project-based online intercultural collaborative learning for beginner-level Chinese language learners (CFL) in Denmark. The findings revealed that the project-based learning method had a positive impact on beginner CFL learners. Although the elements of online intercultural collaboration did not make a significant difference in terms of knowledge acquisition, they still played an important role in the learning process. They helped students gain a deeper understanding of target culture theory and micro-level life experiences. The study offered several recommendations for enhancing project-based online intercultural collaborative learning. These include balancing group work with individual support, allocating more time to strengthen team dynamics, and using technological tools more effectively.

Wang and Yang (2023) aimed to investigate the motivations of 256 Turkish students studying at five universities in Turkey to learn Chinese. The findings indicated that motivational variables in language learning varied and that gender and academic department preferences could influence motivation levels. In this context, social and psychological factors such as individual awareness, interest, and engagement play a critical role in language learning processes. In a study conducted by Gürbüz et al. (2023), the aim was to examine the possible relationships between students' communication self-confidence levels, their self-perceived English proficiency, and their cultural orientations. The findings showed that participants generally perceived their English proficiency as low to moderate. As their language levels increased, their cultural awareness and levels of intercultural communication also improved.

The tourism sector is currently one of the fastest-growing industries in the world and constitutes a significant portion of global gross production. The increase in the share of disposable personal income allocated to tourism and vacations has influenced people's travel behavior. Along with rapid advancements in transportation and communication technologies, it has boosted their tendency to visit new and previously unexplored regions. This development has intensified the interaction between different languages and cultures, giving rise to various challenges in intercultural communication (Thurlow & Jaworski, 2011). Turkey can be considered a multicultural society due to its successful coexistence of numerous ethnic, cultural, religious, and linguistic groups. Furthermore, the tourism industry is one of the highest revenue-generating sectors of the Turkish economy and plays a critical role in the country's economic development. This sector offers high-quality services to international visitors and directly influences their cultural experiences. In this context, it becomes essential for

students receiving education in the field of tourism to develop their intercultural communication skills prior to their professional careers.

When evaluated in the context of teaching Turkish as a foreign language, the contact that foreign tourists establish with the Turkish language during their stay in Turkey plays an important role. It serves both as a motivational factor for language learning and as an authentic learning environment. Through touristic interactions, foreigners are able to directly experience basic communication patterns, common idioms, and culturally embedded expressions such as gestures and facial expressions—making the learning process more lasting and functional. Moreover, the observations and evaluations of local individuals involved in tourism activities regarding foreigners' Turkish language learning processes contribute to a deeper understanding of this learning experience.

In Turkey, tourism students typically receive their education in various institutions such as vocational schools, universities, or vocational high schools. In line with future professional requirements, these students are expected to attain a high level of language proficiency, particularly in terms of communication skills. Şahin's (2012) study emphasizes the necessity for tourist guides to develop intercultural communication skills, to be knowledgeable about their own culture, to learn about cultural differences, and to adopt open-minded attitudes. In this context, the observations and evaluations of tourism students regarding the Turkish language learning process during their interactions with foreign tourists are significant for both language acquisition and cultural awareness. Research on this subject within the context of Turkey is limited, and the existing literature reveals a noticeable gap concerning studies that examine the contribution of touristic interactions to language and cultural learning from the perspective of students.

Therefore, this study aims to reveal the contribution of touristic interactions to foreigners' learning of Turkish through the lens of tourism students and to fill this gap in the literature. In light of this information, the main research questions of the study have been determined as follows:

1. To what extent are touristic experiences effective in foreigners' learning of Turkish?
2. What are the observation and awareness levels of tourism students regarding this process?
3. How do students' demographic characteristics (class level, tourism experience, foreign language proficiency, etc.) affect their perception of the contribution of touristic interactions to the language learning process?

Within the scope of this study, the effectiveness of touristic experiences in foreigners' Turkish language learning processes and the observations and evaluations of tourism students regarding this process were analysed. The findings aim to contribute to both language teaching and tourism education by offering an interdisciplinary perspective, benefiting practitioners and academics alike. Additionally, the results are expected to shed light on the interaction between teaching Turkish to foreigners and tourism education, and to support the development of educational programs in line with interdisciplinary approaches.

Method

Research Model

This study is designed based on a mixed research method. The mixed method involves the use of both quantitative and qualitative research approaches together (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004). In the quantitative dimension of the study, the perceptions and awareness of tourism students regarding the interaction of language and culture in foreigners' learning of Turkish through touristic experiences will be examined using a descriptive survey model and a questionnaire form. In the qualitative dimension, semi-structured interviews will be employed to gain an in-depth understanding of students' experiences and opinions on this subject. This research model has been chosen in order to both reveal general trends from a large sample and to interpret participants' experiences in detail.

Data Collection Tools

The data were collected through a structured questionnaire form developed by the researcher, consisting of three sections. The first section of the questionnaire includes demographic information such as participants' gender, age, class level, work experience, and foreign language knowledge. The second section contains closed-ended questions aimed at measuring perceptions and observations regarding the effect of touristic experiences on foreigners' Turkish language learning process. The third section comprises both multiple-choice and open-ended questions to elicit participants' suggestions and evaluations in the context of cultural interaction, tourism education, and language teaching. The questionnaire was revised based on expert opinions to ensure content validity. A reliability analysis was conducted for the items in the questionnaire, and the Cronbach's Alpha coefficient was calculated as 0.834. This coefficient indicates that the items in the questionnaire are highly reliable.

Population and Sample

The population of the study consists of students receiving tourism education at Didim Vocational School within Aydın Adnan Menderes University. The sample size was determined using Cochran's sample size calculation formula, taking into account a 95% confidence level and a 5% margin of error. Population size: $N = 1,034$; desired confidence level: 95% ($Z = 1,96$); margin of error (tolerance level): $\pm 5\%$ ($e = 0,05$); assumed probability: $p = 0,5$ (this represents the case where variance is at its maximum and thus determines the largest sample size).

First, according to the basic formula suggested for large populations: $n_0 = (Z^2 p (1-p)) / e^2 = (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5) / 0,05^2 = 384,16$

Then, since the population is finite, a correction was applied: $n = n_0 / (1 + ((n_0 - 1) / N)) = 384,16 / (1 + (383,16 / 1034)) \approx 280,3$

According to this calculation, the minimum sample size was determined as 281 students. Within this scope, 330 students participated in the study. The distribution of the participating students according to their demographic characteristics is presented in Table 1.

Table 1. Distribution of the Students Participating in the Study by Demographic Characteristics

Variable	Category	Frequency (n)	Percentage (%)
Gender	Female	222	67,3
	Male	102	30,9
	Prefer not to say	6	2,8
Age	18-22	270	81,8
	23-27	30	9,1
	28 and above	30	9,1
Department	Culinary Arts	60	18,2
	Tourism and Hotel Management	60	18,2
	Tourism and Travel Services	210	63,6
Grade Level	1st Year	90	27,3
	2nd year	240	72,7
Work Experience in Tourism	No	28	8,48
	Yes	302	91,52
Foreign Language Knowledge	No	25	7,58
	Yes	305	92,42

As shown in Table 1, among the students receiving tourism education at Didim Vocational School of Aydın Adnan Menderes University, 67.3% are female, 30.9% are male, and 2.8% preferred not to state their gender. In terms of age distribution, the majority of the students (81.8%) are in the 18–22 age group, followed by the 23–27 and 28 and above age groups, each with 9.1%. Regarding departments, 63.6% of the students are enrolled in the Tourism and Travel Services program, while 18.2% are in Culinary Arts and another 18.2% in Tourism and Hotel Management. Concerning grade level, 72.7% of the students are in their second year, and 27.3% are in their first year. When examining work experience in the tourism field, 91.52% of the students reported having prior work

experience, while 8.48% indicated that they had none. Additionally, 92.42% of the students stated that they know a foreign language, whereas 7.58% reported not having any foreign language knowledge.

Data Collection

In accordance with the decision of the Aydın Adnan Menderes University Educational Research Ethics Committee (dated 01.07.2025, No. 2025/8-XXIV), data were collected via Google Forms between July 1 and July 10, 2025. Participants were clearly informed about the purpose of the study, that participation was voluntary, and that their personal information would be kept confidential. Responses from participants who completed the questionnaire incompletely, incorrectly, or invalidly were excluded from the research data. The sample size was therefore maintained at a level ensuring it did not fall below 281 students.

Data Analysis

The obtained quantitative data were analyzed using the SPSS 28.0 statistical analysis program. Descriptive statistics such as frequency, percentage, and mean were calculated, and hypothesis tests were conducted to examine the research hypotheses. Before conducting the hypothesis tests, the distribution of the “mean awareness score” variable, which indicates students’ awareness levels regarding the contribution of touristic interactions to foreigners’ Turkish language learning, was examined. The skewness value of the mean awareness score was calculated as -1.618, and the kurtosis value as 2.584. Data are generally considered to be normally distributed if skewness and kurtosis values fall between -1.5 and +1.5 (Tabachnick & Fidell, 2013). Therefore, it can be stated that the mean awareness score does not exhibit a normal distribution. In addition, the Kolmogorov-Smirnov test was conducted to assess the normality of the mean awareness score, and the results indicated that the data were not normally distributed ($p < 0.05$). Accordingly, non-parametric hypothesis tests were used in this study.

Findings

The differences in students’ awareness levels regarding the contribution of touristic interactions to foreigners’ Turkish language learning were examined according to their demographic characteristics using non-parametric hypothesis tests. For variables with two categories (e.g., grade level, work experience), the Mann-Whitney U test was employed to determine whether there were significant differences between groups. For variables with three or more categories (e.g., age, department), the Kruskal-Wallis test was applied. In cases where the Kruskal-Wallis test indicated a significant difference, pairwise Mann-Whitney U tests were conducted to identify which groups contributed to the difference, and the Bonferroni correction was applied to control the error rate. In this way, differences in awareness levels according to students’ demographic characteristics were examined in detail using non-parametric methods.

Whether the mean awareness scores obtained from students’ questionnaire responses differed according to gender was tested using the Kruskal-Wallis test, and the relevant results are presented in Table 2.

Table 2. Findings of the Kruskal-Wallis Test (According to Gender)

Gender	N	Mean Rank	Chi-square (χ^2) Statistic	P-value (p)	Difference
1: Female	222	168,91	9,871	0,007*	1>3
2: Male	102	165,15			2>3
3: Prefer not to say	6	45,50			

As shown in Table 2, a statistically significant difference was found in students’ awareness levels regarding the contribution of touristic interactions to foreigners’ Turkish language learning according to gender ($\chi^2 = 9.871$; $p = 0.007$). Examining the mean rank values, it is observed that the

awareness levels of female and male students are relatively high and similar, whereas students who preferred not to disclose their gender exhibit noticeably lower awareness levels. This finding indicates that the small group of students who chose not to specify their gender ($N = 6$) has a more limited awareness of the contribution of touristic interactions to language learning.

Whether the mean awareness scores obtained from students' questionnaire responses differed according to age was tested using the Kruskal-Wallis test, and the relevant results are presented in Table 3.

Table 3. Findings of the Kruskal-Wallis Test (According to Age)

Age	N	Mean Rank	Chi-square (χ^2) Statistic	P-value (p)	Difference
1: 18-22	270	173,97	11,981	0,003*	1>2
2: 23-27	30	132,50			1>3
3: 28 and above	30	122,30			

As shown in Table 3, a statistically significant difference was found in students' awareness levels regarding the contribution of touristic interactions to foreigners' Turkish language learning according to age ($\chi^2 = 11.981$; $p = 0.003$). Examining the mean rank values, students in the 18–22 age group exhibited significantly higher awareness levels compared to those in the 23–27 and 28 and above age groups. This finding indicates that younger students have developed a greater awareness of the role of touristic interactions in language learning.

Whether the mean awareness scores obtained from students' questionnaire responses differed according to their departments was tested using the Kruskal-Wallis test, and the relevant results are presented in Table 4.

Table 4. Findings of the Kruskal-Wallis Test (According to Department)

Department	N	Mean Rank	χ^2 Statistic	P-value (p)	Difference
1: Culinary Arts	60	188,90	5,586	0,061	-
2: Tourism and Hotel Management	60	171,80			
3: Tourism and Travel Services	210	157,01			

Table 4 shows no statistically significant difference was found in students' levels of awareness regarding the contribution of touristic interactions to foreigners' Turkish learning in terms of their departments ($\chi^2 = 5.586$; $p = 0.061$). Although, according to the mean rank values, students in the Culinary Arts department appear to have a higher level of awareness, this difference is not statistically significant. This finding indicates that, overall, students from different departments have similar levels of awareness.

Whether the average awareness score obtained from students' responses to the survey differed according to their class levels was tested using the Mann-Whitney U test, and the relevant results are presented in Table 5.

Table 5. Findings of the Mann-Whitney U Test (According to Class Level)

Grade Level	N	Mean Rank	Test Statistic	χ^2 Statistic (p)	Difference
1: 1st Year	90	137,30	U=8262,000	0,001*	2>1
2: 2nd Year	240	176,08	Z=-3,304		

Table 5 shows that a statistically significant difference was found in students' levels of awareness regarding the contribution of touristic interactions to foreigners' Turkish learning according to their class levels ($U = 8262.000$; $Z = -3.304$; $p = 0.001$). When the mean rank values are examined, the awareness levels of 2nd-year students are significantly higher compared to those of 1st-year students. This finding indicates that as the class level increases, students' awareness of the contribution of touristic interactions to language learning also increases.

Whether the average awareness score obtained from students' responses to the survey differed according to having any work experience in the field of tourism was tested using the Mann-Whitney U test, and the relevant results are presented in Table 6.

Table 6. Findings of the Mann-Whitney U Test (According to Experience)

Experience	N	Mean Rank	Test Statistic	χ^2 Statistic (p)	Difference
1: No	28	128,86	U=3202,000	0,033*	2>1
2: Yes	302	168,90	Z=-2,135		

Table 6 shows that a statistically significant difference was found in students' levels of awareness regarding the contribution of touristic interactions to foreigners' Turkish learning according to their touristic experience (U = 3202,000; Z = -2,135; p = 0,033). When the mean rank values are examined, it is seen that students with touristic experience have significantly higher levels of awareness compared to those without experience. This finding indicates that students who have directly experienced tourism better understand the contribution of touristic interactions to language learning.

Whether the average awareness score obtained from students' responses to the survey differed according to knowing any foreign language was tested using the Mann-Whitney U test, and the relevant results are presented in Table 7.

Table 7. Findings of the Mann-Whitney U Test (According to Foreign Language Knowledge)

Foreign Language	N	Mean Rank	Test Statistic	χ^2 Statistic (p)	Difference
1: No	25	126,14	U=2828,500	0,031*	2>1
2: Yes	305	168,73	Z=-2,156		

Table 7 shows that a statistically significant difference was found in students' levels of awareness regarding the contribution of touristic interactions to foreigners' Turkish learning according to their foreign language knowledge (U = 2828,500; Z = -2,156; p = 0,031). When the mean rank values are examined, it is seen that students who know a foreign language have significantly higher levels of awareness compared to those who do not. This finding indicates that having knowledge of a foreign language increases sensitivity to the contribution of touristic interactions to language learning.

The responses of the students participating in the study to the question, "In your opinion, what are the topics that tourists struggle with the most while learning Turkish?" are presented in the code cloud shown in Figure 1.



Figure 1. Code cloud regarding the subjects that tourists have the most difficulty with while learning Turkish

In the code cloud in Figure 1, the largest and most striking expressions indicate the areas of difficulty most frequently emphasized or considered important by the students. The larger font sizes reflect

that the related topic has been mentioned or highlighted by more people. “Local dialects and accent differences” is one of the largest codes. This shows that students think tourists struggle to cope with different regional dialect variations in Turkey, apart from standard Turkish. Different dialects, variations in pronunciation, and word usage are confusing for the learner. Another major theme, “Pronunciation of words” refers to the difficulty of pronouncing words correctly. Some letters in Turkish (such as ü, ö, ı, ş, ç) are unusual for foreigners, making correct pronunciation difficult. This is an important challenge that directly affects oral communication. Another large theme, “Complexity of Grammar Rules” indicates that students find the grammatical structures in Turkish (especially its agglutinative structure and verb conjugations) complex and believe it is difficult for foreigners to learn. This finding reflects the additional burden that the agglutinative nature of Turkish brings to the learning process. Other notable elements include vowel harmony in Turkish, verb conjugations and tenses, limited vocabulary, cultural context, and difficulties in listening and comprehension. Major/minor vowel harmonies have been found challenging for foreign students. The abundance of verb conjugations and the use of tense forms are also highlighted difficulties. Under limited vocabulary, it has been stated that without basic word knowledge, communication breakdowns occur. Within the cultural context, idioms, slang, and culturally loaded expressions make comprehension difficult. The difficulty in listening and understanding is also linked to pronunciation and dialect differences.

In the study, an Ordered Logistic Regression analysis was applied in order to determine the factors affecting the contribution levels of touristic interactions to tourists’ Turkish learning process. In the ordered logistic regression model, the dependent variable has at least three categories, and these categories are in an ordered structure (Hayat & Sözen Özden, 2021). The assumption that needs to be tested to determine the most suitable model for the dataset among ordered logistic regression models is the parallel lines assumption. The parallel lines assumption tests whether the coefficients of the independent variables differ according to the categories of the dependent variable. This assumption is tested by the “Wolfe Gould,” “Brant,” “Score,” “Likelihood Ratio,” and “Wald” tests. The general hypotheses related to this assumption are as follows:

- H0: The coefficients of the independent variables are the same across all categories of the dependent variable.
- H1: The coefficients of the independent variables differ in at least one category of the dependent variable.

Table 8. Findings Related to the Tests of the Parallel Lines Assumption

Tests	Chi2	df	p
Wolfe Gould	3,666	6	0,598
Brant	3,34	6	0,648
Score	6,256	6	0,282
Likelihood ratio	6,171	6	0,290
Wald	6,097	6	0,297

Table 8 shows that the p-values in all tests range between 0.282 and 0.648, and all are greater than 0.05. This shows that the H0 hypothesis cannot be rejected and therefore the parallel lines assumption is not violated. As a result, according to the Wolfe-Gould, Brant, Score, Likelihood Ratio, and Wald tests, the coefficients of the independent variables are the same across all categories of the dependent variable. This indicates that the parallel lines assumption is valid in the ordered logistic regression model. This supports the validity and interpretability of the model.

In the study, the dependent variable is “the contribution levels of touristic interactions to tourists’ Turkish learning process.” This variable originally had 5 categories, but the responses in the 1st and 5th categories were quite low. Therefore, categories were merged, and the dependent variable was reduced to 3 categories. These categories are as follows: “1: Provides little contribution,” “2: Provides moderate contribution,” and “3: Provides high contribution.” A Chi-Square independence test was applied to the variables that could potentially affect the dependent variable, and as a result of the test, 6 factors that may influence the contribution levels of touristic interactions to tourists’

Turkish learning process were identified. Each category of these factors was used as an independent variable in the study. Thus, 11 independent variables are included in the research model. These variables were coded as “X1, X2, ..., X11.” The findings related to the estimated Ordered Logistic Regression analysis are presented in Table 9.

Table 9. Findings Related to the Ordered Logistic Regression Model

Variable	Code	Category	Coefficient	Odds Ratio	z	p
Department	X ₁	2: Tourism and Hotel Management	0,139	1,149	3,06	0,002*
	X ₂	3: Tourism and Travel Services	0,052	1,053	4,88	0,000*
Class	X ₃	2: 2nd Year	0,184	1,202	3,29	0,001*
Factors contributing to foreigners' Turkish learning during their touristic experiences	X ₄	2: Interaction in restaurants, cafés, and shopping places	0,180	1,197	3,35	0,001*
	X ₅	3: Mobile applications and online resources, as well as television, music, and social media content	-3,779	0,023	5,51	0,000*
Contexts in which foreigners prefer to use Turkish	X ₆	2: While using means of transportation	-2,302	0,101	3,48	0,001*
	X ₇	3: While talking with guides and locals in touristic areas	0,090	1,094	4,22	0,000*
The situation of tourism students contributing to the process of teaching Turkish to tourists	X ₈	2: Undecided	0,225	1,252	2,18	0,029*
	X ₉	3: Should contribute	2,153	8,611	3,41	0,001*
The impact of tourists' basic-level Turkish learning on improving service quality in the tourism sector	X ₁₀	2: Improves at a moderate level	0,381	1,464	0,75	0,453
	X ₁₁	3: Improves greatly	3,811	45,196	6,58	0,000*
Log likelihood=-128,745				Pseudo R ² =0,626		
LR chi2 (11)= 204,2				Linktest <i>hatsq</i> =0,170 p=0,086		
Prob>chi2=0,000				*p<0,05		

Table 9 shows that the estimated research model is statistically significant (LR $\chi^2 = 204.2$, $p < 0.05$). It is observed that all variables except X10 are statistically significant ($p < 0.05$). Accordingly, the statistically significant variables have been interpreted as follows:

- X₁: The probability of students studying in the Department of Tourism and Hotel Management evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to students studying in the Culinary Department is 1.149 times greater.
- X₂: The probability of students studying in the Department of Tourism and Travel Services evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to students studying in the Culinary Department is 1.053 times greater.
- X₃: The probability of 2nd-year students at Aydın Adnan Menderes University Didim Vocational School evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to 1st-year students is 1.202 times greater.

- X₄: Among the factors contributing to foreigners' learning of Turkish during their touristic experiences, the probability of evaluating interactions taking place in restaurants, cafés, and shopping places as contributing to tourists' Turkish learning process at a higher level compared to daily-life dialogues, and communication with guides and tourism staff is 1.197 times greater.
- X₅: Among the factors contributing to foreigners' learning of Turkish during their touristic experiences, the probability of evaluating mobile applications and online resources, as well as television, music, and social media content as contributing to tourists' Turkish learning process at a higher level compared to daily-life dialogues, and communication with guides and tourism staff is 0.023 times lower.
- X₆: The probability of tourists who prefer to use Turkish while using means of transportation evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to tourists who use Turkish when ordering food or shopping is 0.101 times lower.
- X₇: The probability of tourists who prefer to use Turkish while talking with guides and locals in touristic areas evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to tourists who use Turkish when ordering food or shopping is 1.094 times greater.
- X₈: The probability of tourism students with an undecided attitude towards contributing to teaching Turkish to tourists evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to those who think they do not contribute is 1.252 times greater.
- X₉: The probability of tourism students who think they contribute to teaching Turkish to tourists evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to those who think they do not contribute is 8.6 times greater.
- X₁₁: The probability of students who think that tourists' learning of Turkish at a basic level greatly increases service quality in the tourism sector evaluating the contribution level of touristic interactions to learning Turkish at a higher level compared to those who think it increases it only slightly is 45.196 times greater.

Discussion, Conclusion and Recommendations

The main aim of this study is to reveal the awareness levels and evaluations of tourism students regarding language and cultural interaction in foreigners' learning of Turkish through touristic experiences. The findings obtained in the study indicate that touristic interactions provide significant contributions not only in terms of the tourism sector but also in the context of learning Turkish as a foreign language.

In the first phase of the study, students' awareness levels regarding the contribution of touristic interactions to foreigners' Turkish learning were examined according to various demographic and educational variables. According to the results, gender, age, class level, touristic experience, and foreign language proficiency create significant differences in awareness levels. Regarding the gender variable, the findings show that male and female students have similar and relatively high awareness levels, whereas students who preferred not to indicate their gender have noticeably lower awareness levels. This suggests that an individual's perception of self-identification within a group and participation in the process may affect their awareness level. This finding aligns with the literature indicating that social identity and sense of belonging influence learning processes (Tajfel & Turner, 1986; Vygotsky, 1978). Regarding age, the findings indicate that younger students (18–22 years old) develop higher awareness of the contribution of touristic interactions to language learning. This may be due to younger students' greater openness to learning, adaptability to new experiences, and higher engagement with technological tools. Hopkyns and Wang (2025) note that young individuals are more active in language learning through social interaction and exhibit higher learning motivation.

Class level has been identified as an important factor affecting students' awareness of the contribution of touristic interactions to Turkish learning. The analysis findings show that second-year students have higher awareness levels compared to first-year students. This suggests that the knowledge and experience gained during the educational process strengthen students' learning perception and enable them to evaluate touristic interactions more effectively (Wang & Yang, 2023; Hopkyns & Wang, 2025). Having experience in the tourism sector also emerges as a variable influencing students' awareness levels. The study findings indicate that students with tourism experience perceive the contribution of touristic interactions to Turkish learning at a higher level compared to students without such experience. This result supports the notion that practical experience plays a critical role in the learning process and that learners can better utilize contextual learning opportunities (Chun et al., 1982; Shatz, 1982; Farrar, 1992; Long, 1996).

The code cloud obtained in this study reveals that students' perceptions of the topics where tourists experience the most difficulty in learning Turkish are multidimensional. Participants particularly emphasized that core features such as local dialects and accent differences, correct pronunciation of words, the complexity of grammar rules, and the agglutinative structure create challenges for learners. These findings indicate that language teaching processes should place more emphasis on areas such as pronunciation, idioms and slang usage, and dialectal diversity. Accordingly, foreigners learning Turkish must cope not only with linguistic challenges but also with cultural and regional variations. Pronunciation, vowel harmony, idioms, and culturally loaded expressions are among the primary difficulties faced by learners.

The final phase of the study, employing ordered logistic regression analysis, revealed the variables affecting the contribution level of touristic interactions to learning Turkish. According to the analysis results, the students' department, class level, the contexts in which tourists use Turkish, the sources through which touristic interactions occur, and students' attitudes toward this process are determinant factors. Students in the Tourism and Hotel Management and Tourism and Travel Services departments tend to evaluate the contribution of touristic interactions to learning Turkish more positively compared to Culinary students. This indicates that students in departments directly related to tourism are more sensitive to the importance of foreign language interactions. As students advance in class level, they appear to adopt a more positive perspective on the contribution of touristic interactions to language learning, suggesting that as the academic year progresses, students better understand the contribution of both tourism activities and language interactions. Interactions in restaurants, cafés, and shopping places increase the probability of evaluating contributions higher than interactions with guides or daily-life dialogues. In other words, interactions occurring in restaurants, cafés, and shopping environments are perceived more positively for supporting Turkish learning compared to daily communication or guided contexts. This result highlights that authentic, everyday scenarios in service and shopping provide important opportunities for language practice. Accordingly, the interaction of service personnel with tourists in tourism destinations creates a practical context for language development. Mobile applications, online resources, or social media content, on the other hand, are not perceived as effective as face-to-face interactions. This difference reflects the perception that direct, live, and contextual communication contributes much more strongly to language learning than virtual resources. While participants view technological tools as supportive, they believe that effective learning occurs primarily in real-life contexts. Using Turkish while on transportation is associated with a lower perceived contribution compared to ordering food or shopping. In other words, the contribution of the transportation context to language learning is perceived as quite limited. Using Turkish while talking with guides and locals in touristic areas slightly increases the perceived contribution compared to ordering food or shopping. One-on-one communication with guides or locals is therefore considered valuable for language development. Even students in tourism education who are undecided about contributing perceive a higher contribution level than those who think they do not contribute. For students who are certain they contribute, the calculated odds ratio is 8.6, indicating a striking difference in perceived contribution. This shows that students who believe they contribute are eight times more likely to perceive the contribution as strong. This finding demonstrates that a student's sense of involvement significantly enhances the quality of interaction and language awareness. Students who believe that tourists' basic-level Turkish learning moderately increases service quality are more likely to evaluate contribution levels as high compared to those who think it increases it only slightly. For

students who believe that service quality is greatly enhanced, the odds of perceiving contribution as high are 45 times greater. This extremely high value demonstrates that students consider the effect of language learning on service quality to be a very strong factor. Participants believe that face-to-face, daily, and authentic communication environments (restaurants, shopping, and guided interactions) contribute most effectively to learning Turkish. Department and class level moderately affect this perception of contribution; more tourism-oriented departments and higher-class levels perceive the contribution as slightly higher. The personal belief in contributing (students' awareness of supporting tourists in learning Turkish) significantly increases perceived contribution. Associating language learning with service quality indicates a strong level of awareness among participants, particularly among those who perceive it as "greatly enhancing" service quality.

The findings of this study indicate that touristic interactions provide significant contributions to foreigners' Turkish learning processes, and these results can be interpreted through various theoretical approaches. The Interactional Language Learning Theory developed by Long (1996) posits that meaningful interactions are decisive in language learning. The findings strongly support this theory. In particular, the observation that face-to-face dialogues in restaurants, cafés, and shopping places offer far more effective learning environments compared to guided tours or virtual resources highlights the importance of interactional input. In this context, students noted that daily and contextual interactions constitute the most effective learning areas for tourists' Turkish acquisition, thereby confirming the role of meaning negotiation in language acquisition.

Vygotsky's (1978) social development theory argues that individuals can learn language through interaction with their social environment. The findings show that second-year students, participants with touristic experience, and those with foreign language proficiency exhibit higher levels of awareness. This indicates that the more actively a learner is engaged in social environments, the more they develop language learning awareness; in other words, recognizing learning opportunities within the zone of proximal development increases awareness. Thus, the presence of a socially engaging environment plays a central role in participants' linguistic and cultural acquisition.

The findings indicating that tourists face challenges in areas such as local dialects, idioms, vowel harmony, pronunciation, and cultural expressions point to the need for intercultural communicative competence, as proposed by Byram (1997). This suggests that language is not merely composed of grammatical rules but also requires the internalization of contextual and cultural elements. In particular, regional diversity and dialectal differences require learners to interpret not only linguistic codes but also sociocultural codes. In this context, students' awareness of these difficulties equips them to become culturally conscious language mediators.

The findings indicating that interactions occurring in authentic environments such as restaurants, markets, and cafés contribute most significantly to learning Turkish align with the situated learning approach (Lave & Wenger, 1991). In these environments, learners not only hear the language but also use, apply, and experience it. Compared to virtual platforms, these face-to-face and everyday contextual experiences enhance the retention of learning and are perceived by students as a more effective method for language acquisition. Additionally, one-on-one communication with guides carries a similar contextual value.

The findings also show that touristic interactions are not only beneficial for visitors but also serve as a bidirectional learning and development space for tourism students. The importance of face-to-face, everyday interactions is emphasized, whereas digital resources are considered to provide more limited contributions. The results reveal an awareness that face-to-face, authentic, and daily interactions contribute most to tourists' Turkish learning processes. Lively contexts such as restaurants, cafés, and shopping venues facilitate practical application of the language for daily needs, whereas mobile applications and online content alone are not perceived as sufficiently effective. This finding demonstrates that effective communication between local businesses and staff with tourists in the tourism sector can strengthen the potential for supporting language learning. It also indicates that integrating language awareness into tourism education is necessary, and that basic Turkish knowledge can act as a leverage to improve service quality in the sector.

The findings, which are consistent with theoretical frameworks, show that touristic interactions contribute not only to the development of linguistic skills but also to the enhancement of cultural awareness and learning consciousness. Tourism students' better evaluation of this process, the higher awareness of individuals engaged in social interactions, and the direct contribution of authentic environments to learning are consistent with and supportive of the existing literature. These results provide a practical basis for developing language education policies in tourism regions, increasing local residents' language awareness, and expanding authentic interaction environments.

Based on the findings obtained from the study, the following recommendations can be made:

1. Language support mechanisms in touristic environments should be enhanced. Providing multilingual materials and visually supported content in areas frequently interacted with by foreigners (restaurants, hotels, shopping centers, etc.) will facilitate Turkish language learning.
2. Content related to language and cultural transfer should be integrated into the tourism education curriculum. Students should be equipped not only with professional skills but also with competencies in intercultural communication and language awareness.
3. The contribution of touristic experiences to language learning should be considered by institutions teaching Turkish as a foreign language. Including authentic examples of touristic interactions in instructional materials can make learning more functional and effective.
4. Awareness programs regarding local dialects and accent differences should be conducted. Since dialectal differences encountered by tourists can complicate the learning process, guides and tourism staff should be encouraged to use simpler and standard Turkish.
5. The high awareness levels of individuals with foreign language knowledge indicate that multilingualism increases sensitivity in this area. Accordingly, tourism students should be supported in learning one or more foreign languages.
6. Broader field research should be conducted on the contribution of touristic interactions to learning Turkish. As this study is limited to Didim Vocational School students, collecting data from different regions and performing comparative analyses could yield more generalizable results.

In conclusion, this study demonstrates that touristic experiences play a significant role not only in cultural exchange but also in language learning. The multilingual and multicultural nature of the tourism sector necessitates that this process be managed in a planned and conscious manner. Both educational institutions and sector stakeholders should collaboratively develop policies to support this process.

References

- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Multilingual Matters Ltd., Canada.
- Chen, C., & Du, X. (2022). Teaching and learning Chinese as a foreign language through intercultural online collaborative projects. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 31(2), 123-135.
- Chun, A., Day, R. R., Chenoweth, A., & Luppescu, S. (1982). Errors, interaction, and correction: A study of native-nonnative conversations. *TESOL Quarterly*, 16, 537-547.
- Farrar, M. J. (1992). Negative evidence and grammatical morpheme acquisition. *Developmental Psychology*, 28(1), 90-98.
- Gönen-Kayacan, S. (2024). Key concepts in teaching Turkish as a foreign language. In N. İpek-Eğmez & H. Çelik (Eds.), *Teaching Turkish as a foreign language: Concepts, theory, and practice* (pp. 1-16). Akademisyen Kitabevi.

- Gürbüz, A., Abi, M., & Canlı, B. (2023). Students' perceived cultural styles, second language communication, and confidence in communication. *Journal of Business, Communication & Technology*, 2(1), 13-25.
- Hayat, E., & Sözen Özden, A. (2021). Determining factors affecting individuals' happiness levels using generalized ordered logistic regression analysis. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(40), 2288–2316. <https://doi.org/10.26466/opus.891886>
- Hopkins, S., & Wang, Y. (2024). A third player: Chinese linguistic and cultural influence at a UAE university. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 46(1), 82–99. <https://doi.org/10.1080/01434632.2024.2394154>
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.
- Long, M. H. (1996). The Role of The Linguistic Environment in Second Language Acquisition. W. C. Ritchie & T. K. Bhatia (Eds.), *Handbook of Second Language Acquisition* içinde (s. 413–468). Academic Press.
- Shatz, M. (1982). Influences of mother and mind on the development of communication competence: A status report. M. Permlutter, (Ed.), *Minnesota Symposia on Child Psychology* (Vol. 17). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Şahin, S. (2012). Tourist guides' communication efficiencies: A cross-cultural comparison. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 9(3), 52–69.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Allyn and Bacon.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986) The Social identity theory of intergroup behavior. S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relation* içinde (s. 7-24). Chicago: Hall Publishers.
- Thurlow, C., & Jaworski, A. (2011). Tourism discourse: Languages and banal globalization. *Applied Linguistics Review*, 2(2011), 285-312. <https://doi.org/10.1515/9783110239331.285>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Wang, Y., & Yang, H. (2023). Language learning motivations among Turkish Learners of Chinese as a foreign language: A survey of five universities in Turkey. *Behavioral Sciences*, 13(10), 808. <https://doi.org/10.3390/bs13100808>
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS applied scientific research methods*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Use of AI: In this study, no study was conducted using artificial intelligence.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest in this study.

Ethical Approval: This study was conducted in accordance with the decision of the Aydın Adnan Menderes University Educational Research Ethics Committee, dated 01.07.2025 and numbered 2025/8-XXIV.

Funding: No funding was provided for this study.

Author Contributions: All processes were carried out by author of the article.

Data Sharing: Data may be shared upon request, adhering to ethical and legal regulations.

Turistik Etkileşimlerin Yabancıların Türkçe Öğrenimine Katkısı

Muhammet Nimet ÇAVUŞ²

Makale Hakkında

Geliş Tarihi: 21.07.2025

Kabul Tarihi: 29.09.2025

Yayın Tarihi: 23.10.2025

Anahtar Kelimeler

Turistik etkileşim

Türkçe öğrenme süreci

Turizm eğitimi

Karma araştırma

Özet

Bu çalışma, turizm eğitimi alan öğrencilerin, yabancıların turistik deneyimler aracılığıyla Türkçe öğrenme sürecinde dil ve kültür etkileşimine dair farkındalık ve görüşlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören 330 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırma, karma yöntem yaklaşımıyla tasarlanmıştır. Veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen yapılandırılmış anket formu aracılığıyla toplanmış; nicel veriler SPSS 28.0 programında, nitel veriler ise MAXQDA 2020 yazılımıyla incelenmiştir. Nicel analizler sonucunda cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, turistik deneyim ve yabancı dil bilgisi gibi değişkenlerin öğrencilerin farkındalık düzeylerinde anlamlı farklılık yarattığı; buna karşın bölüm değişkeninin anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların açık uçlu yanıtları, kod bulutu tekniğiyle görselleştirilmiş ve öğrenciler, “yerel ağız”, “sözcük telaffuzu” ve “dil bilgisi karmaşıklığı” gibi alanlarda turistlerin Türkçe öğrenirken karşılaştıkları temel güçlükleri vurgulamışlardır. Araştırmada sıralı lojistik regresyon analizi uygulanarak, turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenme sürecine katkı düzeyini etkileyen faktörler belirlenmiştir. Regresyon sonuçlarına göre öğrencinin bölümü, sınıf düzeyi, turistin etkileşim ortamı, etkileşim şekli, öğrencinin katkı algısı ve turistin temel Türkçe bilgisiyle hizmet kalitesine katkı algısı gibi faktörlerin anlamlı yordayıcılar olduğu ortaya konmuştur. Araştırma bulguları, yabancıların Türkçe öğretimi ve turizm eğitimi arasındaki ilişkide disiplinlerarası bir bakış açısının önemini vurgulamakta; uygulayıcılara, eğitimcilere ve politika yapıcılara yönelik çeşitli öneriler sunmaktadır.

Atıf İçin

Çavuş, M. N. (2025). Turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısı. *MSKÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 322-349. DOI: 10.21666/muefd.1747067

Giriş

İnsanın yabancı dil öğrenme arzusu ve zorunluluğu, medeniyetlerin ilk dönemlerinden bu yana varlığını sürdürmüştür. Tarih boyunca ticaret, savaşlar, göç hareketleri, seyahat etme isteği, farklı kültürlerle tanışma merakı, eğitim ihtiyaçları ve uluslararası anlaşmalar gibi etkenler, yabancı dil öğrenimini kaçınılmaz kılmıştır (Gönen-Kayacan, 2024). Günümüzde kültürlerarası etkileşimin hız kazandığı bir dönemde, yabancı dil öğrenimi sadece dilsel bir süreç olmanın ötesine geçerek, sosyal, kültürel ve deneyimsel bir boyut kazanmıştır. Bu bağlamda, bireylerin farklı kültürel ortamlarda bulunmaları ve o kültürle doğrudan temas kurmaları, yabancı dil öğreniminde önemli bir etken hâline gelmiştir.

Yabancı dil öğretimi bağlamında turistik deneyimlerin rolü, Vygotsky'nin (1978) sosyal gelişim teorisi ve Long (1996) tarafından önerilen etkileşimsel dil kuramı temelinde ele alınabilir. Vygotsky'nin (1978) sosyal gelişim teorisine göre birey, dili çevresindeki insanlarla kurduğu etkileşim sayesinde edinir. Etkileşimsel yaklaşım, yabancı dil öğreniminin en verimli şekilde anlamlı iletişim ortamlarında gerçekleştiğini savunur. Long (1996), etkileşim sırasında gerçekleşen anlam müzakerelerinin, öğrencilerin dildeki eksiklerini fark etmelerini ve düzeltmelerini sağladığını belirtir. Turistik ortamlarda yerli halk ile yapılan alışveriş, yön sorma, sipariş verme gibi etkileşimler, bu türden anlam müzakereleri için doğal fırsatlar sunar. Turizm, kültürel temasın en dinamik ve doğal biçimlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Turistik bağlamda gerçekleşen etkileşimler, bu doğal öğrenme süreçlerinin temel

² Aydın Adnan Menderes Üniversitesi – mncavus@adu.edu.tr – ORCID: 0000-0003-0860-7643

unsurlarındandır. Yabancı turistlerin, seyahat ettikleri ülkelerde yerel halkla kurdukları sözlü ve sözsüz iletişim, sadece kültürel bilgi edinmelerine değil, aynı zamanda öğrenilen dilin günlük yaşamda kullanılmasına da olanak tanımaktadır. Vygotsky'nin "yakınsal gelişim alanı" kavramına göre, birey ancak daha yetkin sosyal aktörlerle (yerel halk, turizm çalışanları, rehberler vb.) etkileşime geçerek potansiyel öğrenmesini gerçekleştirebilir. Bu bağlamda, yabancıların Türkiye'de karşılaştıkları günlük yaşam deneyimleri, onların yakınsal gelişim alanı içinde aktif dil öğrencileri hâline gelmelerine katkı sunar.

Byram (1997), bir yabancı dilin yalnızca dilsel yapılarını değil; aynı zamanda o dile ait kültürel kodları, değerleri ve davranış kalıplarını da kapsayacak şekilde öğrenilmesini savunur. Kültürel dil edinimi açısından bakıldığında, dilin sadece gramer ve sözcük bilgisi değil, aynı zamanda kültürel bağlamı da içerdiği görülmektedir (Byram, 1997). Turistik etkileşimler sırasında yabancılar, Türkçe'nin gündelik kullanımıyla birlikte kültürel unsurlarını da deneyimleme fırsatı bulurlar. Turistik etkileşimler, öğrencilerin Türk kültürüyle birebir temas kurmasına olanak sağlar. Bu sayede, sadece dili değil; o dilin arka planında yatan sosyal normları ve kültürel değerleri de tanıma imkânı doğar. Kültürlerarası etkileşim, öğrencilerin hem empati becerilerini hem de iletişimsel yeterliliklerini geliştirir.

Lave ve Wenger (1991) tarafından geliştirilen bağlamsal öğrenme yaklaşımı, öğrenmenin belirli bir sosyal bağlam içinde ve gerçek yaşantılarla iç içe gerçekleştiğini savunur. Yani birey, dili öğrenirken onu yaşar, uygular ve deneyimler. Turistik etkileşimler de bu bağlamsal öğrenme ortamlarına örnek teşkil eder. Örneğin, bir restoranda sipariş verirken kullanılan Türkçe kelime ve kalıplar, ezberlenmek yerine gerçek bir bağlamda öğrenildiği için kalıcı hâle gelir.

Literatürde Chen ve Du (2021) tarafından yapılan çalışmada Danimarka'daki başlangıç düzeyindeki Çince öğrenen öğrenciler için proje tabanlı çevrimiçi kültürlerarası işbirlikçi öğrenimi incelemektedir. Bulgular, proje tabanlı öğrenme yönteminin başlangıç düzeyindeki CFL öğrencileri üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Çevrimiçi kültürlerarası işbirliği unsurları bilgi öğrenimi açısından fark yaratmasa da, öğrencilerin hedef kültür teorisini ve mikro-düzye yaşam deneyimlerini daha derin anlamalarını desteklemektedir. Çalışma, grup çalışması ile bireysel desteğin dengelenmesi, ekip dinamiklerini desteklemek için daha fazla zaman ayrılması ve teknolojik araçların daha etkin kullanımı gibi proje tabanlı çevrimiçi kültürlerarası işbirlikçi öğrenimi desteklemeye yönelik öneriler sunmaktadır. Wang ve Yang (2023) Türkiye'deki beş üniversitede öğrenim gören 256 Türk öğrencinin Çince öğrenme motivasyonlarını incelemeyi amaçlamıştır. Bulgular, öğrencilerin dil öğreniminde motivasyonel değişkenlerin çeşitlilik gösterdiğini ve cinsiyet ile bölüm tercihlerinin motivasyon düzeyini etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, dil öğrenme süreçlerinde bireysel farkındalık, ilgi ve katılım gibi sosyal ve psikolojik faktörler kritik rol oynamaktadır. Gürbüz ve arkadaşları (2023) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin iletişim özgüven düzeyleri, İngilizce yeterliklerini kendi algılamaları ve kültürel tarzları arasındaki olası ilişkileri araştırmak amaçlanmıştır. Bulgular, katılımcıların İngilizce yeterliklerinin düşük-orta düzeyde olduğunu ve dil seviyeleri arttıkça kültürel farkındalık ve kültürlerarası iletişim düzeylerinin de arttığını göstermektedir.

Turizm sektörü, günümüzde dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olup, küresel gayrisafi üretimin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Kişisel harcanabilir gelirden turizm ve tatil için ayrılan payın artışı ile ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, insanların yeni ve daha önce görmedikleri bölgeleri ziyaret etme eğilimini artırmıştır. Bu durum, farklı dillerin ve kültürlerin etkileşimini artırarak kültürlerarası iletişimde çeşitli zorluklar ortaya çıkarmaktadır (Thurlow ve Jarwoski, 2011). Türkiye, birlikte yaşamayı başarmış birçok etnik, kültürel, dini ve dilsel gruba ev sahipliği yapması nedeniyle çok kültürlü bir toplum olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, turizm endüstrisi Türkiye ekonomisinin en büyük gelir getiren sektörlerinden biri olup, ekonomik kalkınma açısından kritik bir role sahiptir. Bu sektör, uluslararası ziyaretçilere yüksek kaliteli hizmet sunmakta ve onların kültürel deneyimlerini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, turizm alanında eğitim gören öğrencilerin, mesleki kariyerleri öncesinde kültürlerarası iletişim becerilerini geliştirmeleri önemli bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Türkçenin yabancı dil olarak öğretimi bağlamında değerlendirildiğinde, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin Türkçe ile kurdukları temas, hem dil öğrenimini motive edici bir unsur hem de otantik bir öğrenme ortamı sunmaktadır. Turistik etkileşimler sayesinde yabancılar, temel iletişim kalıplarını,

yaygın deyimleri, jest ve mimik gibi kültürel ifadeleri doğrudan deneyimleyebilmekte; bu da öğrenme sürecini daha kalıcı ve işlevsel hâle getirmektedir. Bununla birlikte, turistik faaliyetlerde görev alan yerli bireylerin, yabancıların Türkçe öğrenim sürecine yönelik gözlemleri ve değerlendirmeleri, bu sürecin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Türkiye’de turizm öğrencileri genellikle meslek yüksekokulları, üniversiteler veya meslek liseleri gibi farklı eğitim kurumlarında öğrenim görmektedir. Gelecekteki mesleki gereklilikler doğrultusunda, bu öğrencilerin özellikle iletişim becerileri açısından yüksek düzeyde dil yeterliliği kazanmaları beklenmektedir. Şahin’in (2012) çalışmasında, turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim becerilerini geliştirmeleri, kendi kültürleri hakkında bilgi sahibi olmaları, kültürel farklılıkları öğrenmeleri ve açık fikirli tutumlar sergilemelerinin gerekliliği vurgulanmıştır.

Bu bağlamda, turizm eğitimi alan öğrencilerin, yabancı turistlerle etkileşimleri sırasında Türkçe öğrenimi sürecine ilişkin gözlem ve değerlendirmeleri, hem dil öğrenimi hem de kültürel farkındalık açısından önem arz etmektedir. Türkiye bağlamında bu konuyu inceleyen araştırmalar sınırlı olup, mevcut literatürde öğrencilerin gözünden turistik etkileşimlerin dil ve kültür öğrenimine katkısına yönelik çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, turizm öğrencilerinin gözünden turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısını ortaya koymayı ve literatürdeki bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Bu bilgiler ışığında araştırmanın temel problemleri şu şekilde belirlenmiştir:

1. Turistik deneyimler, yabancıların Türkçe öğreniminde ne ölçüde etkili olmaktadır?
2. Turizm eğitimi alan öğrencilerin, bu süreçteki gözlem ve farkındalık düzeyleri nasıldır?
3. Öğrencilerin demografik özellikleri (sınıf düzeyi, turizm deneyimi, yabancı dil bilgisi vb.) turistik etkileşimlerin öğrenim sürecine katkısını algılamalarını nasıl etkilemektedir?

Araştırma kapsamında, turistik deneyimlerin yabancıların Türkçe öğrenme süreçlerinde ne derece etkili olduğu ve turizm öğrencilerinin bu süreçteki gözlem ve değerlendirmeleri analiz edilmiştir. Elde edilecek bulguların, hem dil öğretiminde hem de turizm eğitiminde disiplinlerarası bir bakış açısı sunarak, uygulayıcılara ve akademisyenlere katkı sağlaması hedeflenmektedir. Ayrıca elde edilecek bulguların, yabancılara Türkçe öğretimi ile turizm eğitimi arasındaki etkileşime ışık tutması ve disiplinlerarası yaklaşımlar doğrultusunda eğitim programlarının geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu çalışma, karma araştırma yöntemine dayalı olarak tasarlanmıştır. Karma yöntem, nicel ve nitel araştırma yaklaşımlarının bir arada kullanılmasını içermektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004). Çalışmanın nicel boyutunda, turizm eğitimi alan öğrencilerin yabancıların turistik deneyimler yoluyla Türkçe öğreniminde dil ve kültür etkileşimine ilişkin algı ve farkındalıkları betimsel tarama modeli ile anket formu aracılığıyla incelenecektir. Nitel boyutunda ise, öğrencilerin bu konudaki deneyim ve görüşlerini derinlemesine anlamaya yönelik yarı yapılandırılmış mülakatlar kullanılacaktır. Bu araştırma modeli, hem geniş bir örneklemde genel eğilimleri ortaya koyabilmek hem de katılımcıların deneyimlerini ayrıntılı biçimde anlamlandırabilmek amacıyla tercih edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen ve üç bölümden oluşan yapılandırılmış bir anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anketin ilk bölümü katılımcıların cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, iş deneyimi ve yabancı dil bilgisi gibi demografik bilgilerini içermektedir. Anketin ikinci bölümde, turistik deneyimlerin yabancıların Türkçe öğrenme sürecine etkisine ilişkin algı ve gözlemleri ölçmeye yönelik kapalı uçlu sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise kültürel etkileşim, turizm eğitimi ve dil öğretimi bağlamında katılımcıların öneri ve değerlendirmelerini ortaya koymaya yönelik hem çoktan seçmeli hem de açık uçlu soruları kapsamaktadır. Anket formu, içerik geçerliliği sağlanması amacıyla alan uzmanlarının görüşleri doğrultusunda revize edilmiştir. Ankette yer alan ifadeler için güvenilirlik analizi uygulanmış ve Cronbach Alfa katsayısı 0,834 olarak hesaplanmıştır. Bu katsayı, ankette yer alan ifadelerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi bünyesinde turizm eğitimi alan Didim Meslek Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü, %95 güven düzeyi ve %5 hata payı dikkate alınarak Cochran'ın örneklem hesaplama formülü kullanılarak belirlenmiştir. Araştırma evreni: $N = 1.034$, istenen güven düzeyi: %95 ($Z = 1.96$), Hata payı (tolerans düzeyi): ± 0.05 ($e = 0.05$), Varsayılan olasılık: $p = 0.5$ (bu, varyansın maksimum olduğu durumdur ve örneklem büyüklüğünü en yüksek düzeyde belirler) Öncelikle büyük evrenler için önerilen temel formüle göre:

$$n_0 = (Z^2 p(1-p)) / e^2 = (1.96^2 0.5 (0.5)) / 0.05^2 = 384,16$$

Daha sonra, evrenin sınırlı olması nedeniyle düzeltme uygulanmıştır:

$$n = n_0 / (1 + ((n_0 - 1) / N)) = 384,16 / (1 + (383,16 / 1034)) \approx 280,3$$

Bu hesaplama göre, örneklem büyüklüğü minimum 281 öğrenci olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda araştırmaya 330 öğrenci katılım sağlamıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine göre dağılımı

Değişken	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	222	67,3
	Erkek	102	30,9
	Belirtmek istemiyorum	6	2,8
Yaş	18-22 yaş	270	81,8
	23-27 yaş	30	9,1
	28 yaş ve üzeri	30	9,1
Bölüm	Aşçılık	60	18,2
	Turizm ve Otel İşletmeciliği	60	18,2
	Turizm ve Seyahat Hizmetleri	210	63,6
Sınıf düzeyi	1. Sınıf	90	27,3
	2. Sınıf	240	72,7
Turizm alanında iş deneyimi durumu	Yok	28	8,48
	Var	302	91,52
Yabancı dil bilme durumu	Hayır	25	7,58
	Evet	305	92,42

Tablo 1'de görüldüğü üzere Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu'nda turizm eğitimi alan öğrencilerin %67,3'ü kız, %30,9'u erkek, %2,8'i ise cinsiyetini belirtmek istememiştir. Öğrencilerin yaş dağılımına bakıldığında, büyük çoğunluğunu %81,8 oranıyla 18-22 yaş aralığındaki öğrenciler oluşturmaktadır; bunu %9,1 oranlarıyla 23-27 yaş ve 28 yaş ve üzeri grupları takip etmektedir. Bölümlere göre incelendiğinde, öğrencilerin %63,6'sı Turizm ve Seyahat Hizmetleri programında eğitim görmekte olup, bunu %18,2 oranlarıyla Aşçılık ve Turizm ve Otel İşletmeciliği programları izlemektedir. Sınıf düzeyi açısından öğrencilerin %72,7'si ikinci sınıfta, %27,3'ü ise birinci sınıfta öğrenim görmektedir. Öğrencilerin turizm alanında iş deneyimi durumlarına bakıldığında, %91,52'sinin daha önce iş deneyiminin olduğu, %8,48'inin ise herhangi bir deneyiminin bulunmadığı görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin %92,42'si yabancı dil bildiğini belirtirken, %7,58'i herhangi bir yabancı dil bilgisine sahip olmadığını ifade etmiştir.

Verilerin Toplanması

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Etik Kurulu 01.07.2025 tarih ve 2025/8-XXIV sayılı karara bağlı olarak 1 Temmuz 2025-10 Temmuz 2025 tarihleri arasında Google Formlar üzerinden veriler toplanmıştır. Katılımcılara, araştırmanın amacı, gönüllülük esasına dayalı olduğu ve kimlik bilgilerinin gizli tutulacağı açık bir şekilde ifade edilmiştir. Anket formunu eksik, hatalı ya da geçersiz şekilde dolduran katılımcıları yanıtları araştırma verilerine dahil edilmemiştir. Bu durumda örneklem sayısı 281 öğrencinin altına düşmeyecek şekilde geniş tutulmuştur.

Verilerin Analizi

Elde edilen nicel veriler, SPSS 28.0 istatistiksel analiz programı kullanılarak çözümlenmiştir. Verilerin analizinde; frekans, yüzde, ortalama gibi tanımlayıcı istatistikler hesaplanmış, hipotezlerin test edilmesi amacıyla hipotez testleri uygulanmıştır. Hipotez testleri belirlenirken öncelikle turistlik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin öğrencilerin farkındalık düzeylerini gösteren “ortalama farkındalık puanı” değişkeninin dağılımı incelenmiştir. Ortalama farkındalık puanına ilişkin çarpıklık değeri -1,618 olarak hesaplanırken basıklık değeri 2,584 olarak hesaplanmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 değerleri arasında olduğunda verinin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Dolayısıyla ortalama farkındalık puanının normal dağılım göstermediği söylenebilmektedir. Ayrıca araştırmada ortalama farkındalık puanının normal dağılım gösterip göstermediği Kolmogorov-Smirnov testi ile sınanmıştır. Test sonucunda ortalama farkındalık puanının normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu durumda araştırmada hipotez testlerinden parametrik olmayan hipotez testleri kullanılmıştır. Ayrıca, değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla uygun regresyon analizi tekniklerinden yararlanılmıştır. Açık uçlu sorulardan elde edilen nitel veriler ise betimsel bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, katılımcıların en sık kullandıkları kavram ve ifadeler belirlenmiş, bunlar MAXQDA 2020 yazılımı aracılığıyla görselleştirilmiştir. Veriler üzerinde ayrıntılı içerik analizi yapılmamış, yalnızca yanıtların yoğunlaştığı kavramlar kod bulutu tekniğiyle öne çıkarılmıştır. Bu yöntem, katılımcıların algı ve eğilimlerini genel hatlarıyla ortaya koymak amacıyla tercih edilmiştir.

Bulgular

Turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin araştırmaya katılan öğrencilerin farkındalık düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği parametrik olmayan hipotez testleri ile sınanmıştır. İki kategoriden oluşan değişkenlerde (örneğin sınıf, deneyim) gruplar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek için Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Üç ve daha fazla kategoriden oluşan değişkenlerde (örneğin yaş, bölüm) ise Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Kruskal-Wallis testinde anlamlı bir farklılık tespit edilmesi halinde, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla ikili gruplar halinde Mann-Whitney U testleri yapılmış ve hata oranını kontrol altında tutmak için Bonferroni düzeltmesi uygulanmıştır. Böylece öğrencilerin demografik özellikleri açısından farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerle ayrıntılı biçimde değerlendirilmiştir.

Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlardan elde edilen ortalama farkındalık puanının cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği Kruskal-Wallis testi ile sınanmış ve ilgili sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Kruskal-Wallis testine ilişkin bulgular (Cinsiyete göre)

Cinsiyet	N	Mean Rank	χ^2 istatistiği	Olasılık değeri (p)	Fark
1: Kadın	222	168,91	9,871	0,007*	1>3
2: Erkek	102	165,15			2>3
3: Belirtmek istemiyorum	6	45,50			

Tablo 2 incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre turistlik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin öğrencilerin farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($\chi^2 = 9,871$; $p = 0,007$). Ortalama sıra değerleri incelendiğinde, kadın ve erkek öğrencilerin farkındalık düzeyleri birbirine yakın ve görece yüksek iken, cinsiyet belirtmek istemeyen öğrencilerin farkındalık düzeylerinin belirgin şekilde daha düşük olduğu görülmektedir. Bu bulgu, cinsiyet belirtmek istemeyen küçük grubun (N=6) turistlik etkileşimlerin dil öğrenimine katkısına dair farkındalıklarının daha sınırlı olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlardan elde edilen ortalama farkındalık puanının yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediği Kruskal-Wallis testi ile sınanmış ve ilgili sonuçlar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Kruskal-Wallis testine ilişkin bulgular (Yaşa göre)

Yaş	N	Mean Rank	χ^2 istatistiği	Olasılık değeri (p)	Fark
1: 18-22 yaş	270	173,97	11,981	0,003*	1>2
2: 23-27 yaş	30	132,50			1>3
3: 28 yaş ve üzeri	30	122,30			

Tablo 3 incelendiğinde yaş değişkenine göre turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin öğrencilerin farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($\chi^2 = 11,981$; $p = 0,003$). Ortalama sıra değerlerine bakıldığında, 18-22 yaş grubundaki öğrencilerin farkındalık düzeyleri, 23-27 yaş ve 28 yaş ve üzeri öğrencilere kıyasla anlamlı derecede yüksektir. Bu bulgu, genç yaşta öğrencilerin turistik etkileşimlerin dil öğrenimi üzerindeki rolüne ilişkin daha yüksek farkındalık geliştirdiğini göstermektedir.

Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlardan elde edilen ortalama farkındalık puanının bölümlerine göre farklılık gösterip göstermediği Kruskal-Wallis testi ile sınanmış ve ilgili sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Kruskal-Wallis testine ilişkin bulgular (Bölüme göre)

Bölüm	N	Mean Rank	χ^2 istatistiği	Olasılık değeri (p)	Fark
1: Aşçılık	60	188,90	5,586	0,061	-
2: Turizm ve Otel İşletmeciliği	60	171,80			
3: Turizm ve Seyahat Hizmetleri	210	157,01			

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin bölümleri açısından turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($\chi^2 = 5,586$; $p = 0,061$). Ortalama sıra değerlerine göre Aşçılık bölümü öğrencileri daha yüksek bir farkındalık düzeyine sahip görünse de, bu farklılık anlamlı düzeyde değildir. Bu bulgu, öğrencilerin bölümleri arasında genel olarak benzer bir farkındalık düzeyi olduğuna işaret etmektedir.

Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlardan elde edilen ortalama farkındalık puanının sınıf düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediği Mann-Whitney U testi ile sınanmış ve ilgili sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Mann-Whitney U testine ilişkin bulgular (Sınıf düzeyine göre)

Sınıf düzeyi	N	Mean Rank	Test istatistiği	Olasılık değeri (p)	Fark
1: 1. Sınıf	90	137,30	U=8262,000	0,001*	2>1
2: 2. Sınıf	240	176,08	Z=-3,304		

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin sınıf düzeyine göre turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($U = 8262,000$; $Z = -3,304$; $p = 0,001$). Ortalama sıra değerleri incelendiğinde, 2. sınıf öğrencilerinin farkındalık düzeyleri, 1. sınıf öğrencilerine kıyasla anlamlı derecede yüksektir. Bu bulgu, sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin turistik etkileşimlerin dil öğrenimine katkısı konusundaki farkındalıklarının da arttığını göstermektedir.

Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlardan elde edilen ortalama farkındalık puanının turizm alanında herhangi bir iş deneyimine sahip olma durumlarına göre farklılık gösterip göstermediği Mann-Whitney U testi ile sınanmış ve ilgili sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Mann-Whitney U testine ilişkin bulgular (Deneyime göre)

Deneyim	N	Mean Rank	Test istatistiği	Olasılık değeri (p)	Fark
1: Yok	28	128,86	U=3202,000	0,033*	2>1
2: Var	302	168,90	Z=-2,135		

Tablo 6 incelendiğinde turistik deneyim durumuna göre öğrencilerin turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($U = 3202,000$; $Z = -2,135$; $p = 0,033$). Ortalama sıra değerleri incelendiğinde, turistik deneyimi olan öğrencilerin farkındalık düzeylerinin, deneyimi olmayan öğrencilere kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu, doğrudan turistik deneyim yaşayan öğrencilerin, turistik etkileşimlerin dil öğrenimine katkısını daha iyi kavradığını göstermektedir.

Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlardan elde edilen ortalama farkındalık puanının herhangi bir yabancı dil bilme durumlarına göre farklılık gösterip göstermediği Mann-Whitney U testi ile sınanmış ve ilgili sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Mann-Whitney U testine ilişkin bulgular (Yabancı dil bilme durumuna göre)

Yabancı dil	N	Mean Rank	Test istatistiği	Olasılık değeri (p)	Fark
1: Yok	25	126,14	$U=2828,500$	0,031*	$2>1$
2: Var	305	168,73	$Z=-2,156$		

Tablo 7 incelendiğinde yabancı dil bilme durumuna göre öğrencilerin turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin farkındalık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($U = 2828,500$; $Z = -2,156$; $p = 0,031$). Ortalama sıra değerleri incelendiğinde, yabancı dil bilen öğrencilerin farkındalık düzeylerinin, yabancı dil bilmeyen öğrencilere kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu, bir yabancı dil bilgisine sahip olmanın, turistik etkileşimlerin dil öğrenimine katkısı konusundaki duyarlılığı artırdığını göstermektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Sizce turistlerin Türkçe öğrenirken en çok zorlandıkları konular nelerdir?” soruna verdikleri yanıtlar Şekil 1’de yer alan kod bulutunda verilmiştir.



Şekil 1. Turistlerin Türkçe öğrenirken en çok zorlandıkları konulara ilişkin kod bulutu

Şekil 1’deki kod bulutunda en büyük ve dikkat çeken ifadeler, öğrencilerin en sık vurguladığı veya önem verdiği zorluk alanlarını göstermektedir. Yazı boyutlarının büyüklüğü, ilgili konunun daha fazla kişi tarafından belirtilmiş olduğunu veya öne çıkarıldığını yansıtmaktadır. “Yerel lehçeler ve ağız farklılıkları” En büyük kodlardan biridir. Bu durum, öğrencilerin turistlerin standart Türkçe dışında, Türkiye’deki farklı yöresel ağız farklılıklarıyla başa çıkmakta zorlandığını düşündüğünü göstermektedir. Farklı ağızlar, telaffuz ve kelime kullanımındaki değişiklikler, öğrenen için kafa karıştırıcıdır. Bir diğer büyük tema olan “Sözcüklerin telaffuzu”, sözcüklerin doğru telaffuzu

zorluğudur. Türkçe'deki bazı harflerin (örneğin ü, ö, ı, ş, ç gibi) yabancılar için alışılmadık olması, doğru telaffuzu zorlaştırmaktadır. Bu, sözlü iletişimi doğrudan etkileyen önemli bir zorluktur. Bir diğer büyük tema olan “Dilbilgisi Kurallarının Karmaşıklığı” temasında öğrenciler, Türkçedeki dilbilgisi yapılarını (özellikle eklemeli yapı ve fiil çekimleri) karmaşık bulmakta ve yabancılar için bunun öğrenilmesinin zor olduğuna inanmaktadır. Bu bulgu, Türkçenin eklemeli diller grubunda yer almasının öğrenme sürecine getirdiği ek yükü yansıtır. Diğer dikkat çeken unsurlar ise, Türkçedeki ses uyumu, fiil çekimleri ve zaman kipleri, kelime dağarcığının yetersizliği, kültürel bağlam, dinleme ve anlama güçlüğüdür. Büyük/küçük ünlü uyumları yabancı öğrenciler için zorlayıcı bulunmuştur. Fiil çekimlerinin çokluğu, zaman kiplerinin kullanımı da vurgulanan zorluklardandır. Kelime dağarcığının yetersizliği kapsamında temel kelime bilgisi olmadan iletişimde aksaklıklar yaşandığı belirtilmiştir. Kültürel bağlam kapsamında deyimler, argo kullanımı ve kültürel içerikli ifadeler anlamayı güçleştirmektedir. Dinleme ve anlama güçlüğü ise telaffuz ve ağız farklılıklarıyla da bağlantılıdır.

Araştırmada turistik etkileşimlerin, turistlerin Türkçe öğrenme sürecine ilişkin katkı düzeylerine etki eden faktörlerin belirlenebilmesi için Sıralı Lojistik Regresyon analizi uygulanmıştır. Sıralı lojistik regresyon modelinde bağımlı değişken, en az üç kategori ve bu kategoriler sıralı yapıdadır (Hayat ve Sözen Özden, 2021). Sıralı lojistik regresyon modelleri arasından veri setine uygun olan modeli belirleyebilmek için sınanması gereken varsayım, paralel doğrular varsayımdır. Paralel doğrular varsayımı, bağımlı değişkenin kategorilerine göre bağımsız değişkenlere ilişkin katsayıların farklılık gösterip göstermediğini sınamaktadır. Bu varsayım “Wolfe Gould”, “Brant”, “Score”, “Likelihood ratio” ve “Wald” testleri ile sınanmaktadır. Bu varsayımın ilişkin genel hipotezler şu şekildedir:

- H_0 : Bağımsız değişkenlerin katsayıları, bağımlı değişkenin tüm kategorilerinde aynıdır.
 H_1 : Bağımsız değişkenlerin katsayıları, bağımlı değişkenin en az bir kategorisinde farklıdır.

Tablo 8. Paralel doğrular varsayımı testlerine ilişkin bulgular

Testler	Chi2	sd	p
Wolfe Gould	3,666	6	0,598
Brant	3,34	6	0,648
Score	6,256	6	0,282
Likelihood ratio	6,171	6	0,290
Wald	6,097	6	0,297

Tablo 8 incelendiğinde, tüm testlerde p değerleri 0,282 ile 0,648 arasında değişmektedir ve tamamı 0,05'ten büyüktür. Bu da, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini ve dolayısıyla paralel doğrular varsayımının ihlal edilmediğini göstermektedir. Sonuç olarak; Wolfe-Gould, Brant, Score, Likelihood Ratio ve Wald testlerine göre; bağımsız değişkenlerin katsayıları, bağımlı değişkenin tüm kategorilerinde aynıdır. Bu da sıralı lojistik regresyon modelinde paralel doğrular varsayımının geçerli olduğunu gösterir. Bu durum, modelin geçerliliğini ve yorumlanabilirliğini desteklemektedir.

Araştırmada bağımlı değişken “turistik etkileşimlerin, turistlerin Türkçe öğrenme sürecine ilişkin katkı düzeyleri” değişkenidir. Bu değişken 5 kategorili bir değişkendir, ancak 1 ve 5. kategorilerdeki yanıtlar oldukça azdır. Bu nedenle kategori birleştirmesi yapılarak bağımlı değişken 3 kategoriye düşürülmüştür. Bu kategoriler “1: Az katkı sağlar”, “2: Orta düzeyde katkı sağlar” ve “3: Çok katkı sağlar” şeklindedir. Bağımlı değişken üzerinde etkili olabilecek değişkenlere Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmış ve test sonucunda turistik etkileşimlerin, turistlerin Türkçe öğrenme sürecine ilişkin katkı düzeylerine etki edebilecek 6 faktör belirlenmiştir. Bu faktörün her biri kategorisi araştırmada bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Dolayısıyla araştırma modelinde 11 bağımsız değişken yer almaktadır. Bu değişkenler “ $X_1, X_2, \dots, X_{11}$ ” şeklinde kodlanmıştır. Tahmin edilen Sıralı Lojistik Regresyon analizine ilişkin bulgular Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Sıralı Lojistik Regresyon Modeline İlişkin Bulgular

Değişken	Kod	Kategori	Katsayı	Odds Oranı	z	p
Bölüm	X ₁	2: Turizm ve Otel İşletmeciliği	0,139	1,149	3,06	0,002*
	X ₂	3: Turizm ve Seyahat Hizmetleri	0,052	1,053	4,88	0,000*
Sınıf	X ₃	2: 2. Sınıf	0,184	1,202	3,29	0,001*
Yabancıların turistik deneyimleri sırasında Türkçe öğrenmelerine katkı sağlayan faktörler	X ₄	2: Restoran, kafe ve alışveriş yerlerinde etkileşim 3: Mobil uygulamalar ve çevrimiçi kaynaklar ile	0,180	1,197	3,35	0,001*
	X ₅	televizyon, müzik ve sosyal medya içerikleri	-3,779	0,023	5,51	0,000*
Yabancıların, Türkçeyi kullanmayı tercih ettiği bağlamlar	X ₆	2: Ulaşım araçlarını kullanırken	-2,302	0,101	3,48	0,001*
	X ₇	3: Turistik bölgelerde rehberlerle ve yerel halkla konuşurken	0,090	1,094	4,22	0,000*
Turizm eğitimi alan öğrencilerin turistlere Türkçe öğretme sürecine katkı sağlaması durumu	X ₈	2: Kararsız	0,225	1,252	2,18	0,029*
Turistlerin temel düzeyde Türkçe öğrenmesi, turizm sektöründe hizmet kalitesini artırma durumu	X ₉	3: Katkı sağlamalı	2,153	8,611	3,41	0,001*
	X ₁₀	2: Orta düzeyde artırır	0,381	1,464	0,75	0,453
	X ₁₁	3: Çok artırır	3,811	45,196	6,58	0,000*
Log likelihood=-128,745			Pseudo R ² =0,626			
LR chi2 (11)= 204,2			Linktest <i>hatsq</i> =0,170 p=0,086			
Prob>chi2=0,000			*p<0,05			

Tablo 9 incelendiğinde tahmin edilen araştırma modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (LR $\chi^2=204,2$ p<0,05). X₁₀ dışındaki tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (p<0,05). Bu doğrultuda istatistiksel olarak anlamlı olan değişkenler aşağıdaki gibi yorumlanmıştır.

- X₁: Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünde okuyan öğrencilerin, Aşçılık bölümünde okuyan öğrencilere kıyasla turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini daha yüksek düzeyde değerlendirme olasılığı 1,149 kat daha fazladır.
- X₂: Turizm ve Seyahat Hizmetleri bölümünde okuyan öğrencilerin, Aşçılık bölümünde okuyan öğrencilere kıyasla turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini daha yüksek düzeyde değerlendirme olasılığı 1,053 kat daha fazladır.
- X₃: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Didim MYO 2. sınıfta olan öğrencilerin, 1. sınıfta olan öğrencilere kıyasla turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini daha yüksek düzeyde değerlendirme olasılığı 1,202 kat daha fazladır.
- X₄: Yabancıların turistik deneyimleri sırasında Türkçe öğrenmelerine katkı sağlayan faktörlerden restoran, kafe ve alışveriş yerlerinde gerçekleşen etkileşimlerin, günlük hayatta karşılaşılan diyaloglar, rehberler ve turizm çalışanlarıyla iletişime kıyasla turistlerin Türkçe öğrenme sürecine katkı düzeyini daha yüksek düzeyde değerlendirme olasılığı 1,197 kat daha fazladır.
- X₅: Yabancıların turistik deneyimleri sırasında Türkçe öğrenmelerine katkı sağlayan faktörlerden mobil uygulamalar ve çevrimiçi kaynaklar ile televizyon, müzik ve sosyal medya içeriklerin, günlük hayatta karşılaşılan diyaloglar, rehberler ve turizm çalışanlarıyla iletişime kıyasla turistlerin Türkçe öğrenme sürecine katkı düzeyini daha yüksek düzeyde değerlendirme olasılığı 0,023 kat daha azdır.

- X₆: Ulaşım araçlarını kullanırken Türkçe kullanmayı tercih eden turistlerin, yemek siparişi verirken veya alışveriş yaparken Türkçe kullanan turistlere kıyasla turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenme sürecine katkı düzeyini daha yüksek değerlendirme olasılığı 0,101 kat daha azdır.
- X₇: Turistik bölgelerde rehberlerle ve yerel halkla konuşurken Türkçe kullanmayı tercih eden turistlerin, yemek siparişi verirken veya alışveriş yaparken Türkçe kullanan turistlere kıyasla turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenme sürecine katkı düzeyini daha yüksek değerlendirme olasılığı 1,094 kat daha fazladır.
- X₈: Turizm eğitimi alan öğrencilerin turistlere Türkçe öğretmeye katkı sağlama konusundaki kararsız tutumları, katkı sağlamadığını düşünen öğrencilere göre turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini daha yüksek değerlendirme olasılığı 1,252 kat daha fazladır.
- X₉: Turizm eğitimi alan öğrencilerin turistlere Türkçe öğretmeye katkı sağladığını düşünen öğrencilerin, katkı sağlamadığını düşünen öğrencilere göre turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini daha yüksek değerlendirme olasılığı 8,6 kat daha fazladır.
- X₁₁: Turistlerin temel düzeyde Türkçe öğrenmesinin turizm sektöründe hizmet kalitesini çok artıracaklarını düşünen öğrencilerin, bu durumu az artıracaklarını düşünen öğrencilere kıyasla turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini daha yüksek değerlendirme olasılığı 45,196 kat daha fazladır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmanın temel amacı, turizm eğitimi alan öğrencilerin, yabancıların turistik deneyimler yoluyla Türkçe öğreniminde dil ve kültür etkileşimine dair farkındalık düzeylerini ve değerlendirmelerini ortaya koymaktır. Araştırmada elde edilen bulgular, turistik etkileşimlerin yalnızca turizm sektörü açısından değil, aynı zamanda yabancı dil olarak Türkçenin öğrenilmesi bağlamında da önemli katkılar sağladığını göstermektedir.

Çalışmanın ilk aşamasında, öğrencilerin turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenimine katkısına ilişkin farkındalık düzeyleri çeşitli demografik ve eğitsel değişkenlere göre incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, turistik deneyim durumu ve yabancı dil bilme durumu farkındalık düzeyinde anlamlı farklılıklar yaratmaktadır. Cinsiyet değişkeni açısından elde edilen bulgular, kadın ve erkek öğrencilerin farkındalık düzeylerinin birbirine yakın ve görece yüksek olduğunu, ancak cinsiyet belirtmek istemeyen öğrencilerin farkındalık düzeylerinin belirgin biçimde daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, bireyin kendini grup içinde tanımlama ve sürece katılım algısının farkındalık düzeyini etkileyebileceğini göstermektedir. Bu bulgu, sosyal kimlik ve aidiyet algısının öğrenme süreçlerini etkilediğini gösteren literatürle (Tajfel ve Turner, 1986; Vygotsky, 1978) uyumludur. Yaş değişkeni açısından elde edilen bulgular, genç öğrencilerin (18-22 yaş) turistik etkileşimlerin dil öğrenimine katkısına dair daha yüksek farkındalık geliştirdiğini göstermektedir. Bu durum, genç öğrencilerin öğrenmeye açık olma, yeni deneyimlere uyum sağlama ve teknolojik araçlarla etkileşimde bulunma eğilimlerinin daha yüksek olmasından kaynaklanabilir. Hopkyns ve Wang, (2025), genç bireylerin sosyal etkileşim yoluyla dil öğreniminde daha aktif olduklarını ve öğrenme motivasyonlarının yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Sınıf düzeyi, öğrencilerin turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenimine katkısına dair farkındalık düzeylerini etkileyen önemli bir faktör olarak belirlenmiştir. Analiz bulguları, ikinci sınıf öğrencilerinin birinci sınıf öğrencilerine kıyasla daha yüksek farkındalık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, eğitim sürecinde kazanılan bilgi ve deneyimin öğrencilerin öğrenme algısını güçlendirdiğini Wang ve Yang, 2023; Hopkyns ve Wang, 2025) ve turistik etkileşimleri daha etkili bir şekilde değerlendirmelerine imkân sağladığını ortaya koymaktadır. Turizm sektöründe deneyime sahip olma durumu da öğrencilerin farkındalık düzeylerini belirleyen bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Araştırma bulguları, turizm deneyimi olan öğrencilerin, deneyimi olmayan öğrencilere göre turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenimine katkısını daha yüksek düzeyde algıladıklarını göstermektedir. Bu sonuç, uygulamalı deneyimin öğrenme sürecinde kritik bir rol oynadığını ve öğrencilerin bağlamsal

öğrenme fırsatlarını daha iyi değerlendirebildiğini desteklemektedir (Chun vd., 1982; Shatz, 1982; Farrar, 1992; Long, 1996).

Çalışmada elde edilen kod bulutu, öğrencilerin turistlerin Türkçe öğrenme sürecinde en çok zorlandıkları konulara ilişkin algılarının çok boyutlu olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcılar özellikle yerel lehçe ve ağız farklılıkları, sözcüklerin doğru telaffuzu, dilbilgisi kurallarının karmaşıklığı ve eklemeli yapı gibi temel özelliklerin öğrenciler için zorluk yarattığını vurgulamıştır. Bu bulgular, dil öğretim süreçlerinde telaffuz, deyim ve argo kullanımı, lehçe çeşitliliği gibi alanlara daha fazla vurgu yapılması gerektiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla Türkçeyi öğrenen yabancıların yalnızca dilsel değil, aynı zamanda kültürel ve bölgesel çeşitlilikle de baş etmek durumunda olduklarını ortaya koymaktadır. Telaffuz, ses uyumu, deyimler ve kültürel içerikli ifadeler gibi alanlar, öğrenenlerin karşılaştığı temel güçlükler arasında yer almaktadır.

Araştırmanın son bölümünde uygulanan sıralı lojistik regresyon analizi, turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye katkı düzeyini etkileyen değişkenleri ortaya koymuştur. Analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin eğitim aldıkları bölüm, sınıf düzeyi, turistlerin Türkçeyi hangi ortamlarda kullandığı, turistik etkileşimleri hangi kaynaklardan sağladığı ve öğrencilerin bu sürece yönelik tutumları belirleyici faktörler arasındadır. Turizm ve Otel İşletmeciliği öğrencileri ve Turizm ve Seyahat Hizmetleri öğrencileri turistik etkileşimlerin Türkçe öğrenme sürecine katkısını Aşçılık öğrencilerine göre daha olumlu değerlendirme eğilimindedir. Turizmle doğrudan ilişkili bölümlerde okuyan öğrencilerin, yabancı dil etkileşiminin önemine daha duyarlı olduklarını göstermektedir. Öğrencilerin sınıf düzeyi yükseldikçe turistik etkileşimlerin dil öğrenimine katkısı hakkında daha olumlu bir bakış açısına sahip olabildiklerini düşündürür. Bu durum, eğitim yılı ilerledikçe öğrencilerin hem turizm faaliyetlerinin hem de dil etkileşiminin katkısını daha iyi kavradığını göstermektedir. Restoran, kafe ve alışveriş yerlerinde etkileşim biçimi, rehberlerle iletişim veya günlük diyaloglara göre katkıyı daha yüksek değerlendirme olasılığını artırmaktadır. Yani yabancılar için restoran, kafe ve alışveriş yerlerinde gerçekleşen etkileşimler, günlük iletişim ve rehberlik gibi bağlamlara göre Türkçe öğrenmeyi destekleme açısından daha olumlu algılanmaktadır. Bu sonuç, otantik, günlük alışveriş ve hizmet senaryolarının, dil pratiği için önemli fırsatlar sunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla turizm destinasyonlarında hizmet personelinin turistlerle etkileşimi, dil gelişimi için pratik bir bağlam yaratmaktadır. Mobil uygulamalar, çevrimiçi kaynaklar veya sosyal medya içerikleri ise, yüz yüze etkileşimler kadar etkili görülmemektedir. Bu fark, dil öğreniminde doğrudan, canlı ve bağlamsal iletişimin, sanal kaynaklara göre çok daha güçlü bir katkı sağladığına dair algıyı yansıtır. Yani katılımcılar, teknolojik araçları destekleyici olarak görseler de, asıl etkili öğrenmenin gerçek yaşam bağlamlarında gerçekleştiğine inanmaktadır. Ulaşım araçlarını kullanırken Türkçe konuşmak, yemek siparişi veya alışveriş yapmaya kıyasla katkı düzeyini daha düşük değerlendirme ile ilişkilidir. Diğer bir ifadeyle ulaşım bağlamının dil öğreniminde katkısı katılımcılar tarafından oldukça sınırlı görülmektedir. Turistik bölgelerde rehberlerle ve yerel halkla konuşurken Türkçe kullanmak ise, yemek siparişi/alışveriş bağlamına kıyasla katkı algısını bir miktar artırmaktadır. Yani rehberle/yerelle birebir iletişim dil gelişimine katkı açısından değerli görülmektedir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin katkı sağlama konusunda kararsız olan öğrenciler bile, katkı sağlamadığını düşünenlere göre katkı düzeyini daha yüksek değerlendirmektedir. Katkı sağladığını kesin olarak ifade eden öğrenciler için hesaplanan odds oranı 8,6'dır ve bu değer söz konusu grubun katkı algısındaki farklılığın dikkat çekici düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu, katkı sağladığına inanan öğrencilerin katkı algısının 8 kat daha yüksek olasılıkla güçlü olduğunu gösterir. Bu bulgu, öğrencinin kendini sürece dahil hissetmesinin, etkileşimin niteliğini ve dil farkındalığını ciddi biçimde artırdığını gösterir. Turistlerin temel düzeyde Türkçe öğrenmesinin hizmet kalitesini orta düzeyde artıracağını düşünenlerin katkı düzeyini yüksek değerlendirme olasılığı, az artıracığını düşünenlere göre daha fazladır. Hizmet kalitesini çok artıracığını düşünen öğrencilerin katkı algısının 45 kat fazla olasılıkla yüksek düzeyde olduğunu gösterir. Bu aşırı yüksek değer, öğrencilerin dil öğreniminin hizmet kalitesine etkisini çok güçlü bir unsur olarak gördüğünü ortaya koyar. Katılımcılar, yüz yüze, gündelik ve özgün iletişim ortamlarının (restoranlar, alışveriş, rehberlik) Türkçe öğrenmeye katkısının daha güçlü olduğuna inanmaktadır. Bölüm ve sınıf düzeyi, bu katkı algısını orta düzeyde etkilemektedir; daha turizm odaklı bölümler ve ileri sınıf düzeyleri, katkıyı biraz daha yüksek algılamaktadır. Kişisel katkı sağlama inancı (öğrencilerin turistlere Türkçe öğretmeye destek olma bilinci), katkı algısını oldukça yüksek bir şekilde artırmaktadır. Dil

öğreniminin hizmet kalitesiyle ilişkilendirilmesi, katılımcılar arasında güçlü bir bilinç düzeyi olduğunu göstermektedir; özellikle “çok artırır” diyenler bu etkiyi çok yüksek düzeyde algılamaktadır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, turistik etkileşimlerin yabancıların Türkçe öğrenim süreçlerine önemli katkılar sunduğunu göstermekte ve bu durumu destekleyen çeşitli kuramsal yaklaşımlarla anlamlandırmak mümkündür. Long (1996) tarafından geliştirilen etkileşimsel dil öğrenme kuramı, anlamlı etkileşimlerin dil öğreniminde belirleyici olduğunu öne sürer. Bulgular, bu kuramı güçlü biçimde desteklemektedir. Özellikle restoran, kafe ve alışveriş yerlerinde gerçekleşen yüz yüze diyalogların, rehberlik ya da sanal kaynaklara kıyasla çok daha etkili öğrenme ortamları sunduğu yönündeki bulgu; etkileşimsel girdilerin önemine dikkat çeker. Bu bağlamda öğrenciler, turistlerin Türkçe öğreniminde günlük ve bağlamsal etkileşimlerin en etkili öğrenme alanı olduğunu belirtmiş; bu da anlam müzakerelerinin dil edinimindeki rolünü teyit etmektedir.

Vygotsky’nin (1978) sosyal gelişim kuramı, bireyin dili sosyal çevresiyle etkileşim içinde öğrenebileceğini ileri sürer. Bulgular, özellikle ikinci sınıf öğrencilerinin, turistik deneyimi olan bireylerin ve yabancı dil bilen katılımcıların farkındalık düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum, öğrencinin aktif sosyal ortamlara dâhil olduğu ölçüde dil öğrenme bilinci geliştirdiğini, yani yakınsal gelişim alanı içinde yer alan öğrenme fırsatlarının farkındalığı artırdığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, öğrenmeye açık bir sosyal ortamın varlığı, katılımcıların hem dilsel hem de kültürel ediniminde merkezi rol oynamaktadır.

Turistlerin öğrenme sürecinde karşılaştıkları zorlukların yerel lehçeler, deyimler, ses uyumu, telaffuz ve kültürel ifadeler gibi alanlarda yoğunlaştığına dair bulgular, Byram (1997) tarafından geliştirilen kültürlerarası iletişim yetkinliği ihtiyacına işaret etmektedir. Bu durum, dilin yalnızca gramer kurallarından ibaret olmadığını; aynı zamanda bağlamsal ve kültürel unsurların da içselleştirilmesi gerektiğini ortaya koyar. Özellikle bölgesel çeşitlilik ve ağız farklılıkları, öğrencilerin sadece dilsel değil, aynı zamanda sosyokültürel kodları da çözümlemesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, öğrencilerin bu güçlükleri fark etmesi, onları kültürel olarak daha bilinçli birer dil aracı hâline getirmektedir.

Restoran, market, kafe gibi otantik ortamlarda gerçekleşen etkileşimlerin Türkçe öğrenmeye en fazla katkıyı sağladığı yönündeki bulgular, bağlamsal öğrenme yaklaşımıyla örtüşmektedir (Lave ve Wenger, 1991). Bu ortamlarda öğrenciler, dili yalnızca duymaz; aynı zamanda kullanır, uygular ve deneyimler. Sanal platformlara kıyasla yüz yüze ve gündelik bağlamda gerçekleşen bu deneyimler, öğrenmenin kalıcılığını artırmakta; öğrencilerin gözünde daha etkili bir dil öğrenme yöntemi olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca rehberlerle kurulan birebir iletişimin de benzer bir bağlamsal değer taşıdığı görülmektedir.

Elde edilen bulgular, turistik etkileşimlerin yalnızca ziyaretçiler için değil, turizm eğitimi alan öğrenciler için de çift yönlü bir öğrenme ve gelişim alanı olarak görüldüğünü göstermektedir. Yüz yüze, gündelik etkileşimlerin önemi vurgulanmakta, dijital kaynakların ise daha sınırlı bir katkı sağladığı düşünülmektedir. Bulgular, turistlerin Türkçe öğrenme süreçlerinde en çok yüz yüze, özgün ve gündelik etkileşimlerin katkı sağladığına dair bir farkındalık olduğunu ortaya koymaktadır. Restoran, kafe ve alışveriş yerleri gibi canlı bağlamlar, dili günlük ihtiyaçlar içinde pratiğe dökmeyi kolaylaştırırken; mobil uygulamalar ve çevrimiçi içerikler ise tek başına yeterince güçlü görülmemektedir. Bu sonuç, turizm sektöründe yerel işletmelerin ve çalışanların turistlerle etkili iletişim kurmasının, dil öğrenimini destekleme potansiyelini güçlendirdiğini göstermektedir. Bu durum, turizm eğitiminin dil farkındalığıyla bütünleştirilmesi gerektiğine ve temel Türkçe bilgisinin turizm sektöründe hizmet kalitesini artırmada bir kaldıraç işlevi görebileceğine işaret etmektedir.

Kuramsal temellerle örtüşen bulgular, turistik etkileşimlerin yalnızca dilsel becerilerin gelişimine değil, aynı zamanda kültürel farkındalığın ve öğrenme bilincinin gelişmesine de katkı sağladığını göstermektedir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin bu süreci daha iyi değerlendirmeleri; sosyal bağlamda etkileşim kuran bireylerin farkındalıklarının yüksek olması ve otantik ortamların öğrenmeye sağladığı doğrudan katkı, mevcut literatürle tutarlı ve destekleyicidir. Bu sonuçlar, turizm bölgelerinde dil eğitimi politikalarının geliştirilmesi, yerel halkın dil farkındalığının artırılması ve otantik etkileşim ortamlarının çoğaltılması yönünde pratik önerilere de zemin oluşturmaktadır.

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulabilir:

1. Turistik ortamlarda dil destek mekanizmaları artırılmalıdır. Yabancıların sıklıkla temas kurduğu alanlarda (restoran, otel, alışveriş merkezi vb.) çok dilli materyallerin ve görsel destekli içeriklerin sunulması Türkçe öğrenimini kolaylaştıracaktır.
2. Turizm eğitimi müfredatına dil ve kültür aktarımına ilişkin içerikler entegre edilmelidir. Öğrencilerin yalnızca mesleki becerilerle değil, aynı zamanda kültürlerarası iletişim ve dil farkındalığı açısından da donanımlı olmaları sağlanmalıdır.
3. Turistik deneyimlerin dil öğrenme sürecine katkısı, Türkçeyi yabancı dil olarak öğreten kurumlarca dikkate alınmalıdır. Öğretim materyallerinde otantik turistik etkileşim örneklerine yer verilmesi öğrenmeyi daha işlevsel hale getirebilir.
4. Yerel lehçeler ve ağız farklılıkları konusunda farkındalık çalışmaları yapılmalıdır. Turistlerin karşılaştığı ağız farklılıkları, öğrenim sürecini zorlaştırdığı için özellikle rehberler ve turizm çalışanlarının daha sade ve standart Türkçe kullanmaları teşvik edilmelidir.
5. Yabancı dil bilgisi olan bireylerin farkındalık düzeylerinin yüksek olması, çok dilliliğin bu alandaki duyarlılığı artırdığını göstermektedir. Bu bağlamda, turizm öğrencilerinin de bir veya daha fazla yabancı dil öğrenmeleri desteklenmelidir.
6. Turistik etkileşimlerin Türkçeye katkısı konusunda daha geniş kapsamlı saha araştırmaları yapılmalıdır. Bu araştırma Didim MYO öğrencileriyle sınırlı olduğundan, farklı bölgelerden veri toplanarak karşılaştırmalı analizlerle daha genel sonuçlara ulaşılabilir.

Sonuç olarak, bu araştırma turistik deneyimlerin yalnızca kültürel paylaşım boyutunda değil, aynı zamanda dil öğrenimi açısından da önemli bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Turizm sektörünün çokdilli ve çokkültürlü doğası, bu sürecin planlı ve bilinçli bir şekilde yönetilmesini gerekli kılmaktadır. Hem eğitim kurumları hem de sektör paydaşları, bu sürece yönelik politikaları birlikte geliştirmelidir.

Kaynakça

- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Multilingual Matters Ltd., Canada.
- Chen, C., & Du, X. (2022). Teaching and learning Chinese as a foreign language through intercultural online collaborative projects. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 31(2), 123-135.
- Chun, A., Day, R. R., Chenoweth, A., & Luppescu, S. (1982). Errors, interaction, and correction: A study of native-nonnative conversations. *TESOL Quarterly*, 16, 537-547.
- Farrar, M. J. (1992). Negative evidence and grammatical morpheme acquisition. *Developmental Psychology*, 28(1), 90-98.
- Gönen-Kayacan, S. (2024). Key concepts in teaching Turkish as a foreign language. In N. İpek-Eğmez & H. Çelik (Eds.), *Teaching Turkish as a foreign language: Concepts, theory, and practice* (pp. 1-16). Akademisyen Kitabevi.
- Gürbüz, A., Abi, M., & Canlı, B. (2023). Students' perceived cultural styles, second language communication, and confidence in communication. *Journal of Business, Communication & Technology*, 2(1), 13-25.
- Hayat, E., & Sözen Özden, A. (2021). Determining factors affecting individuals' happiness levels using generalized ordered logistic regression analysis. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(40), 2288-2316. <https://doi.org/10.26466/opus.891886>

- Hopkyns, S., & Wang, Y. (2024). A third player: Chinese linguistic and cultural influence at a UAE university. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 46(1), 82–99. <https://doi.org/10.1080/01434632.2024.2394154>
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.
- Long, M. H. (1996). The Role of The Linguistic Environment in Second Language Acquisition. W. C. Ritchie & T. K. Bhatia (Eds.), *Handbook of Second Language Acquisition* içinde (s. 413–468). Academic Press.
- Shatz, M. (1982). Influences of mother and mind on the development of communication competence: A status report. M. Permlutter, (Ed.), *Minnesota Symposia on Child Psychology* (Vol. 17). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Şahin, S. (2012). Tourist guides' communication efficiencies: A cross-cultural comparison. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 9(3), 52–69.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Allyn and Bacon.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986) The Social identity theory of intergroup behavior. S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relation* içinde (s. 7-24). Chicago: Hall Publishers.
- Thurlow, C., & Jaworski, A. (2011). Tourism discourse: Languages and banal globalization. *Applied Linguistics Review*, 2(2011), 285-312. <https://doi.org/10.1515/9783110239331.285>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Wang, Y., & Yang, H. (2023). Language learning motivations among Turkish Learners of Chinese as a foreign language: A survey of five universities in Turkey. *Behavioral Sciences*, 13(10), 808. <https://doi.org/10.3390/bs13100808>
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS applied scientific research methods*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yapay Zeka Kullanımı: Bu çalışmada yapay zeka kullanılarak herhangi bir çalışma yürütülmemiştir.

Çıkar Çatışması: Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Onay: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Etik Kurulu'nun 01.07.2025 tarih ve 2025/8-XXIV sayılı kararına bağlı olarak bu araştırma yürütülmüştür.

Fon Kaynakları: Bu çalışma için herhangi bir fon sağlanmamıştır.

Yazar Katkıları: Tüm süreçler araştırmanın yazarı tarafından yürütülmüştür.

Veri Paylaşımı: Talep edilmesi halinde etik ve yasal düzenlemelere bağlı kalınarak veriler paylaşılabilir.