

**T.C**  
**İstanbul Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

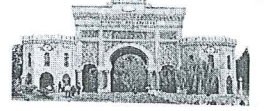
**Yüksek Lisans Tezi**

**Etnik Turizmin Bir Turistik Ürün Olarak  
İncelenmesi: Litvanya Karay Türkleri Örneği**

**Kamile JAMONTAİTE**  
**2501121123**

**Tez Danışmanı**  
**Doç. Dr. Orhan AKOVA**

**İstanbul 2015**



Y Ü K S E K L İ S A N S  
T E Z O N A Y I

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : KAMİLE JAMONTAITE

Numarası : 2501121123

Anabilim/Bilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Tez Savunma Tarihi : 09.07.2015

Danışman : DOÇ. DR. ORHAN AKOVA

Tez Savunma Saati : 11:00

Tez Başlığı : "ETNİK TURİZMİN BİR TURİSTİK ÜRÜN OLARAK İNCELENMESİ: LİTANYA KARAY TÜRKLERİ ÖRNEĞİ"

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜ'NE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. FÜSUN İSTANBULLU DİNÇER		Kabul
2- DOÇ. DR. ORHAN AKOVA		Kabul
3- YRD. DOÇ. DR. MUSTAFA CEVDET ALTUNEL		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. İSMAİL KIZILIRMAK		
2- YRD. DOÇ. DR. KAZIM OZAN ÖZER		

# **Etnik Turizmin Bir Turistik Ürün Olarak İncelenmesi: Litvanya Karay Türkleri Örneği**

**Kamile JAMONTAİTE**

## **Öz**

Turizm Litvanya'nın en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir. Litvanya kültürel mirasının önemli parçası olan Karay Türklerinin kültürleri, güçlü etnik turizm potansiyeline sahip turistik bir üründür. Ayrıca, Karay etnik kültürü Litvanya turizminin çeşitlendirilmesinde önemli bir potansiyele sahiptir.

Bu çalışmanın amacı, Litvanya Trakai'de yaşayan Karay Türklerinin etnik turizm potansiyelinin incelenmesidir. Çalışmada Türk turistlerin Trakai'ye yönelimleri ve bu bölgede etnik turizmle ilgili yerel yönetimlerin, halkın ve yerel işletmelerin etnik turizme yönelik görüşleri araştırılmıştır. Bu amaçla Türkiye'den Trakai'ye tur düzenleyen seyahat acenteleriyle, Karay Türklerinin yaşadığı Trakai bölgesindeki yerel yönetim temsilcileriyle ve yerel işletmelerle mülakatlar yapılmıştır. Literatür taraması ve mülakatlardan elde edilen veriler ışığında bölgedeki etnik turizm incelenmiş ve bölgede etnik turizmin gelişimine yönelik stratejilerin ortaya konması için SWOT analizi yapılmıştır.

Araştırma, hem yerel Karay kültürünün etnik turizm potansiyelini ortaya koyma, hem de Türk turistlerin Karay bölgesine yönelik eğilimlerinin bilinmesi açısından önem taşımaktadır.

Araştırma sonucunda, Litvanya'nın en popüler Türk turistik destinasyonlarından biri olan Trakai şehri, Karay kültürünün etnik turizm açısından büyük bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, bu potansiyelin geliştirilebilmesi için bazı stratejiler belirlenmiştir. Bunlar, bölge turizm pazarlamasında Karay etnik kültürünün kaynaklarını turistik ürün olarak kullanılması ve Türk turistlere bu ürünlerin pazarlanması, Türkiye'de Litvanya tanıtılırken Karay

kültürünün tanıtımının da yapılması, daha çok Türk turist çekebilmek için vize işlemlerinin kolaylaştırılması ve tur fiyatlarının indirilmesidir. Ayrıca Türkiye'nin kalabalık nüfusu ve yakın coğrafi konumu sebebiyle Litvanya'nın öncelikli turizm pazarları listesine eklenmesi ve Trakai'nin turizm sektöründe var olan sorunlarının çözümlenmesi için turizm katılımcıları ve otoritelerinin işbirliği ile Trakai turizm politikalarının belirlenmesi ve turizm planlanmasının buna göre yapılmasıdır.

**Anahtar kelimeler:** Etnik turizm, Litvanya turizm, Karay Türkleri, Türk turizm potansiyeli.

# **Study On The Potential Of Karaim Ethnic Tourism In Lithuania**

**Kamile JAMONTAITE**

## **Abstract**

Tourism sector is one of the fastest growing economic sectors in Lithuania. Karaim ethnic culture has a high potential to be developed as a tourism product and plays an important part in Lithuanian cultural heritage. Moreover, Karaim ethnic culture has an important potential for product diversification of the Lithuanian tourism sector.

The purpose of this study is to examine Lithuanian Karaims living in Trakai as an ethnic tourism destination. In this study the tendencies and needs of Turkish tourists in Trakai, attitudes of local authorities, local community and local enterprises towards ethnic tourism were investigated. For this purpose, interviews were made with Turkish tour operators that are organizing Trakai tours, Trakai local authority representatives and local enterprises. Using literature research and interview data, ethnic tourism in the region was examined and SWOT analysis was performed to determine its development strategies.

This study is of great importance for revealing the touristic potential of the local Karaim culture and also for understanding Turkish tourists tendencies in the Karaim region.

As a result of the study, it was determined that Trakai city as one of the most popular Turkish tourism destinations in Lithuania, which is famous for Karaim culture has great potential from the ethnic tourism perspective. Furthermore, some strategies were determined in order to develop this potential. These strategies are; using Karaim ethnic cultural resources as a tourism product in the regional tourism marketing and marketing these products to Turkish tourists, promoting Karaim culture during the Lithuanian promotion in Turkey, easing visa procedures and lower tour prices in order to attract more Turkish tourists to Lithuania, because of its high

population and close location including Turkey in Lithuania's priority target tourism markets list, in order to solve some problems in the Trakai tourism sector determining Trakai tourism politics and tourism planning using collaboration between tourism participants and local authorities is needed.

**Keywords:** Ethnic Tourism, Lithuanian Tourism, Karaims, Turkish Tourism Potential.

## ÖNSÖZ

Litvanya'nın sahip olduğu tarihi miras ve çeşitli etnik kültürler turizminin gelişmesi için büyük bir potansiyel sunmaktadır. Karay etnik kültürü Litvanya turizm sektöründe önemli bir yer tutmaktadır. Ancak Litvanya turizminin tanıtımında Karay etnik kültürü yeterince tanıtılmadığından dolayı etnik turizm potansiyeli tam olarak değerlendirilememektedir. Türkiye Karay etnik turizmine ilgi duyacak en büyük potansiyele sahip ülkedir. Türk kökenli millet olan Karay Türkleri, dili ve gelenekleri açısından Türklere çok yakındır. Bu yüzden bu çalışmada, Türk turistlere yönelik olarak Litvanya turizm potansiyeli ele alınmış ve bu potansiyele ulaşmak için etnik turizm açısından Karay etnik kültürü araştırılmıştır.

Bu çalışmada, Karay etnik turizm potansiyelinin Litvanya turizm açısından etkinliğini artırabilmek için, SWOT analizi kullanarak potansiyelinin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatlar ve tehditlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda yapılan çalışmanın bulguları TOWS matrisine uyarlanarak Litvanya'da Türk turistlere yönelik etnik Karay turizm potansiyeli açısından izlemesi gereken stratejiler saptanmıştır.

Bu araştırma süresince, çalışmalarında yönlendirme ve destekleriyle bana yardımcı olan danışmanım DOÇ. DR. Orhan AKOVA' YA, araştırmam boyunca ihtiyaç duyduğum verilere ulaşmamda kolaylık sağlayarak birikim ve fikirlerini paylaşan Trakai İlçe Belediyesi Kültür ve Turizm Bölümü uzmanı Ana GORNOVA' YA ve Trakai Turizm Danışma Merkezi müdürü Laima BALČYTIENĖ'ye gönülden teşekkürü bir borç bilirim. Araştırmaya katılan geleneksel Karay lokantası müdürü Jurij ŠPAKOVSKI' YE ve Türk tur operatörlerine çok teşekkür ederim.

Bu vesile ile her zaman kararlarımı destekleyerek bugünkü başarılarıma ulaşmamda büyük emeği olan aileme teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

Öz.....	iii
Abstract.....	v
ÖNSÖZ.....	vii
Tablolar.....	xi
Şekiller.....	xii
Fotoğraflar.....	xiii
Kısaltmalar Listesi.....	xiv
GİRİŞ.....	1

### 1. BÖLÜM

1. ETNİSİTE, ETNİK TURİZM KAVRAMI VE ETKİLERİ.....	6
1.1 Turizm Kavramı ve Tarih.....	6
1.1.1 Etnisite Kavramı.....	8
1.1.2 Etnik Turizmin Kavramı ve Gelişimi.....	10
1.1.3 Etnik Turizmin Tanımı ve Gelişimi.....	15
1.1.4 Etnik Turizmde Ekonomik, Sosyal Ve Kültürel Konular.....	21
1.2 Etnik Turizmin Yerel Halk Üzerine Etkileri.....	33
1.2.1 Yerel Halk Üzerine Olumsuz Etkiler.....	33
1.2.2 Yerel Halk Üzerine Olumlu Etkiler.....	39

### 2. BÖLÜM

2. LİTVANYA'DA TURİZM VE KARAY TÜRKLERİ.....	46
2.1 Litvanya Ülke Profili.....	46
2.1.1 Litvanya'nın Demografik Yapısı.....	46
2.1.2 Dil.....	46
2.1.3 Din.....	47
2.1.4 İklim.....	47
2.1.5 Coğrafi Yapısı.....	48
2.1.6 Litvanya Kentleri.....	49
2.1.7 Bölgeler.....	50
2.2 Litvanya Turizmin Tarihsel Gelişim.....	52



2.2.1 AB Üyelikten Sonra Ortaya Çıkan Değişiklikler .....	54
2.2.2 Yeni Turizm Türleri Gelişmesi ve Geliştirme Stratejileri .....	56
2.2.3 UNESCO Kültür Miras Listesinde olan Objeler .....	58
2.2.4 Litvanya Milli Parkları.....	60
2.2.5 Litvanya Turizmine Genel Bakışı ve Turizm Rakamları.....	64
2.3 Trakai.....	69
2.3.1 Trakai'nin tarihi .....	69
2.3.2 Trakai İlçesi Coğrafi Konumu .....	70
2.3.3 Trakai'nin Nüfus Yapısı .....	70
2.3.4 Trakai'nin İklimi.....	71
2.3.5 Ekonomik ve Sosyal Yapısı.....	72
2.4 Trakai'de Turizm.....	72
2.4.1 Trakai'nin Turizm Arzı ve Talebi.....	72
2.5 Trakai Etnik Azınlık Toplulukları .....	79
2.5.1 Karay Türkleri.....	82
2.5.2 Karayların Tarihi.....	84
2.5.3 Karayların Dini Temelleri.....	87
2.5.4 Karay Türkçesi.....	88
2.5.5 Litvanya Karay Türklerin Günümüzdeki Durumu ve Kültürel Mirası.....	90

### 3. BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA KISMI.....	95
3.1 Araştırmanın Yöntemi .....	95
3.1.1 Görüşme sorularının hazırlanması .....	96
3.1.2 Araştırmanın Kapsamı .....	96
3.2 Araştırmanın Bulguları .....	97
3.2.1 Trakai'de yerel otoritelere ait bulgular .....	98
3.2.2 Yerel Karay turistik işletmecisine ait bulgular .....	102
3.2.3 Türk tur operatörlere ait bulgular.....	105
3.3 Litvanya'da Türk Turistlerine Yönelik Karay Etnik Turizmin Potansiyelinin SWOT Analizi.....	112
3.3.1 SWOT Analizinin ve TOWS Matrisinin Amacı.....	112
3.4 Öneriler.....	118

Sonuç.....	121
Kaynakça.....	125
Fotoğraflar.....	146
Ekler .....	149

## **Tablolar**

Tablo1. Etnik Turizm Kavramı Üzerine Yapılan Tanımlamalar

Tablo 2. Litvanya kentleri ve bu kentlerin nüfusları

Tablo 3. Konaklama İstatistiği

Tablo4. Trakai ilçesi gelişim eğilimleri

Tablo 5. Trakai İlçe Belediyesi'ndeki yiyecek işletmeleri

Tablo 6. 40 yılda Karayların sayısal değişimleri

Tablo 7. Karayların ikamet ettikleri yerleri

Tablo 8. Litvanya'da Türk turistlerine yönelik Karay etnik turizminin potansiyelinin SWOT analizi

Tablo 9. Litvanya'da Türk turistlerine yönelik Karay etnik turizminin potansiyelinin TOWS matrisi

## **Şekiller**

Şekil 1. Turizm türleri arasındaki ilişkisi

Şekil 2. Trakai Turizm Danışma Ofisini 2013 yılında ziyaret eden turist oranı

## **Fotoğraflar**

Foto 1. Trakai Yarımada Kalesi

Foto2.Karay Sokağı Trakai'de

Foto 3. Karay kenesası Trakai'de

Foto 4. Litvanya Karayları

Foto 5. Trakai Kalesinde Karay Sergisi

Foto 6.Karay geleneksel yemeği *Kybynlar*

## Kısaltmalar Listesi

<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>AIENT</b>	Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
<b>CD</b>	Kompakt disk
<b>İLO</b>	Uluslararası Çalışma Örgütü
<b>KGB</b>	Devlet Güvenlik Komitesi
<b>SSCB</b>	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
<b>SWOT</b>	Güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler
<b>TIC</b>	Trakai Turizm Danışma Ofisi
<b>TOWS</b>	Tehditler, Fırsatlar, Zayıf Yönler ve Güçlü Yönler stratejik
<b>UN</b>	Birleşmiş Milletler
<b>UNESCO</b>	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü analizi
<b>UNWTO</b>	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
<b>WTO</b>	Dünya Turizm Örgütü

## GİRİŞ

Turizm, yıllar boyunca sürekli büyümesi ve derinleşen ürün çeşitliliği ile dünyanın büyüyen ekonomik alanlarından biri olmayı başarmıştır. Modern turizm giderek artan sayıda yeni destinasyonları kapsamaktadır. Bu sosyo-ekonomik ilerleme konusunda turizmin önemli bir itici güç haline dönüşmesine sebep olmuştur.

Turizm, uluslararası ticaretin önemli oyuncularından biri haline gelmiş ve aynı anda gelişmekte olan birçok ülke için ana gelir kaynaklarından biri olmuştur. Bu büyüme, destinasyonlar arasında artan çeşitlilik ve rekabet ile beraber gerçekleşmiştir.

1950 Yılında uluslararası turist varışları 25 milyon iken, 2014 yılına gelindiğinde bu rakamın 1,1 milyara yükselmiş ve 2030 yılı Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından 21. Yüzyılın ilk 30 yılına ait uzun dönemli tahminlere göre de 1,8 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Benzer bir biçimde uluslararası turizm gelirleri 1950’de 2,1 milyar ABD Doları iken, 2013 yılında bu rakam 1 trilyon 197 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır.

2013 Yılında dünya çapında turizm hareketine katılan kişi sayısı tahmini olarak 1 milyar 89 milyona ulaşmış olup, uluslararası turizm gelirlerinin miktarı 1 trilyon 159 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Kıtalara göre incelendiğinde, en fazla turist varışı ve turizm geliri Avrupa kıtasında sağlanmıştır. 2013 Yılında Avrupa kıtasını 563,4 milyon turist (toplam turist sayı- sının % 51.8’i) ziyaret etmiş, kıtanın elde ettiği gelir 489,3 milyar ABD Dolarına (toplam turizm gelirlerinin % 42.2’si) ulaşmıştır (Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayın Kurulu, 2014).

Litvanya ekonomisinin de vazgeçilmez unsurlarından biri olan turizm, çift haneli yerli ve yabancı turist artışı ile tüm ülkenin turizm sektörü çalışanlarını memnun etmektedir. Turizm sektöründe kurulan yeni turistik işletmeler, hükümet tarafında turizm kalkınmasına verilen önem ve Litvanya turizminin altyapısına yapılan yatırımlar Litvanya’nın turizme önem verdiğini göstermektedir. Litvanya,

diğer gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler gibi turistik ürün ve turizm çeşitlendirilmesi yoluna giderek turizmi tüm yıla yayma ve sürdürülebilirliğini sağlama amacı gütmektedir.

2013 yılında Litvanya 2, 2 milyon yabancı turist rekoruna ulaştı. 2014 ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre, Litvanya'ya gelen yabancı turist sayısı %12,2'lik artış göstermektedir. Litvanya Turizm Bakanlığı tahminlerine göre, 2015 yılında Orta Avrupa ve Baltık Ülkeleri'ne gelen turist sayısında %4,8'lik bir büyüme beklenmektedir. Turizm rakamları Litvanya turizm sektörünün yüksek büyüme potansiyeline sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Turizm sektörü Litvanya'nın en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerinden biridir. Turizm sektörü Litvanya GSYİH'na %4'lük, istihdamına ise %4,2'lik katkı sağlamaktadır. 2014-2020 Litvanya Turizm Kalkınması Programının 2020 hedeflerinde, 2,5 milyon turist 1,45 milyar Euro turizm geliri hedeflemektedir.

Turizm tüm dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de sürekli gelişim gösteren bir sektör olma özelliğini korumaktadır. Turizm Bakanlığının verileri incelendiği zaman Türkiye'nin turizm alanında son çeyrek asırda hangi noktalara geldiği görülmektedir. Turizm endüstrisinin başladığı doksanlı yıllarda ülke geneline turistik amaçlı gelen ziyaretçilerin sayısı 4,4 milyon iken 2000'li yıllarda bu rakam 10 milyonu geçmiştir. 2010'lu yıllara gelindiğinde artık dünya pazarında önemli bir yer elde etmiş ve 30 milyonu geçmiştir. Son gelinen noktada Türkiye turistlerin destinasyon olarak tercih ettikleri ülkeler kategorisinde dünya sıralamasında 6. sıraya yerleşmiştir. Bu istikrarın devam etmesi ve alternatif turizm kaynakları üretmesi halinde, 2020'li yıllarda ziyaretçi sayısı olarak dünya sıralamasında ilk 5 ülke arasında olacaktır. Türkiye Cumhuriyetin 100. Yılında 2023 hedeflerinde 50 milyon turist 50 milyar Dolar turizm geliri hedeflemektedir (Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayın Kurulu, 2014).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre; 2014 yılında yurtdışına çıkan Türk Vatandaşlarının sayısı bir önceki yıla göre %4,4 oranında artarak 8 milyon 363 bin 966 kişi oldu. Bu rakam 2013 yılında ise 8 milyon 11 bin 654 kişiydi.



TÜİK'e göre; Türk vatandaşlarının yurtdışına çıkışta en önemli amacını “gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyet” gibi amaçlı seyahatler oluşturdu. Buna göre, yurtdışına giden 8 milyon 363 bin 966 kişinin yaklaşık olarak yüzde 38,1'i gezi amaçlı olarak yurtdışına çıkmıştır (TÜRSAB, 2014).

Yurtdışına çıkış nedeni olan gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler alanlarında Türk vatandaşların ilk tercihleri arasında Gürcistan, Yunanistan ve Bulgaristan yer almaktadır. Litvanya Türklerin gezi amaçlı seyahatlerde tercih edilen ilk on ülke listesine girmemektedir. Ama Litvanya Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2013 yılında Litvanya'ya gelen Türk turist sayısında %33 artış tespit edilmiştir. Bunların çoğu iş seyahatlerinden ve kültürel turlarından oluşmaktadır.

Avrupa kıtası dünyanın en önemli kültürel turizm destinasyonlarına ev sahipliği yapmaktadır. Avrupa pek çok önemli turistik destinasyona ve çok sayıda uluslararası ve yerli ziyaretçiye sahiptir. Kültürel turizm tüm Avrupa turizminin yaklaşık %40'ına tekabül ettiği tahmin edilmektedir (Avrupa Komisyonu, 2015).

Turistik ürün çeşitlendirilmesi konusunda etnik kültür önemli bir rol oynamaktadır. Etnik kültür, turistik çekicilik olarak, etnik toplulukların ve bütün ülkenin gelirini artırdığı için destek görmektedir. Çoğu ülke kendi kültür çeşitliliğini bir avantaj olarak görmekte ve yerel ekonomiyi canlandırma amacı doğrultusunda kullanmaktadır. Etnik kültürü öne çıkarılan turizm türüne, etnik turizm denilmektedir. Bunun yanı sıra, etnik turizm kültürel turizmin bir parçası olarak bilinmektedir. Uluslararası literatürde pek çok etnik turizm tanımı mevcuttur.

Bazı araştırmacılara göre, etnik turizm, başka bölgelerde bulunan arkadaşların ve akrabaların kendi etnik yapısını araştırmaya yönelik seyahatleri ve araştırmalarıdır. Bunun yanı sıra etnik turizmin en popüler amaçlarından biri, bir bölgede ortak bir tarihi, kültürü, dini, dili ve yaşam tarzını paylaşan farklı sosyo-kültürel insan grubunu tanıma amacına dayanan seyahatlerdir. Turistik seyahatleri süresince, insan eseri, performans ve başka etnik gruplar ile ilgili ürünlerin deneyimi ve tüketimi gezi veya aktivitelerde önemli bir yer tutmaktadır.

Etnik turizm açısından potansiyeli olan Litvanya’da etnik turizmin gelişimini ortaya koyacak çalışmalar son derece azdır. Aynı zamanda etnik kültürlerin zenginliği ile meşhur Türkiye’de, etnik turizm konusunda çalışmalar da hayli azdır. Bu çalışma bu açıdan önem taşımakta olup bilimsel Türk turizm literatürüne etnik turizm konusunu tanıtmayı amaçlanmıştır. Ayrıca Türkiye’de Litvanya turizmi konulu hiç bir bilimsel çalışma olmadığından dolayı, Litvanya’nın Türkiye’de tanınmışlığına katkı sağlaması amaçlanmıştır. Litvanya’nın az bilinen Türk milletlerinden biri olan Karay Türkleri, korunmuş etnik kültürleri ile etnik turizm açısından önemli bir değere sahiptirler. Karay Türklerin turizm potansiyelini araştıran hiç bir bilimsel turizm araştırması Türkiye’de yapılmadığından dolayı, bu çalışmanın Karay Türklerinin Türkiye’de tanınmışlığına da önemli katkı sağlaması amaçlanmıştır. Ayrıca, turistik ürün olarak Karay etnik turizmi kullanılarak, Türk turistlere pazarlama stratejisi oluşturulması amaçlanmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde turizm kavramına ve turizmin tarihi gelişim sürecine değinilmiştir. Etnisite kavramına ve etnik kültürün etkisi altında incelenip ortaya çıkan etnik turizmin tanımına ve gelişimine yer verilmiştir. Etnik turizmin önemli konuları olan ekonomik, sosyal ve kültürel konuların turizme etkisi incelenmiştir. Etnik turizmin yerel halk üzerine ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin olumlu ve olumsuz yönlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

İkinci bölümünde ise Litvanya turizmi ve Litvanya’daki Karayların durumunun anlaşılması için Litvanya’nın ülke profili, demografik yapısı, dili, dini, iklimsel ve coğrafi yapısı, kentleri ve bölgeleri tanıtılarak Litvanya turizminin tarihsel gelişimine değinilmiştir. Litvanya Turizm Bakanlığı Turizm Geliştirme Stratejileri ve turizm rakamlarına yer verilmiştir. Litvanya turizminin çekim merkezleri olan UNESCO Kültür Mirası Listesi objeleri ve Litvanya milli parkları tanıtımına değinilmiştir. Litvanya Karay Türklerinin memleketi olan Trakai şehri, Trakai Tarihi Milli Parkı’nda yer aldığı için Trakai Parkı’nın turizm arzı ve talebi ve Trakai şehrinin tarihi süreçlerine yer verilmiştir. Trakai şehrinin etnik azınlık topluluklarına yer verilip, kültürünü en iyi korumuş olan Karay etnik azınlık grubu tanıtılmıştır. Karayların tarihine, dinine ve diline değinilmiştir. Son olarak, Litvanya

Karay Türklerinin günümüzdeki durumu ve korunmuş olan kültürel miras objeleri incelenmiştir.

Üçüncü bölümde Trakai şehrinin yerel turizm yönetimlerine, yerel bir turistik işletmesine ve Litvanya turları hazırlayan Türk tur operatörlerinden elde edilen araştırma verileri SWOT Analizi ve TOWS Matrisi kullanarak yorumlanmıştır. Tüm bu çalışmalar doğrultusunda elde edilen bulgulara göre çıkan sonuç, tartışma ve öneriler kısmında belirtilmiştir.

## 1. BÖLÜM

### 1. ETNİSİTE, ETNİK TURİZM KAVRAMI VE ETKİLERİ

Etnik turizm kavramı iki kavramdan oluşmaktadır: etnisite ve turizm. Etnik turizmi daha iyi anlayabilmek için etnisite ve turizm kavramını ayrı ayrı incelemek gerekmektedir. Bu yüzden bu araştırma bölümünde ilk olarak turizm terimi ele alınacak, daha sonra etnisite ve etnik turizm kavramları açıklanacaktır.

Birinci bölümünde turizmin tanımı yapıldıktan sonra turizm tarihinden bahsedilecektir. Etnik turizmin tanımına giriş olarak etnisite kavramı açıklanıp, turizm kapsamında etnisite kavramı hakkında bilgi verilecektir. Etnik turizm tanımı ve gelişimi çeşitli uluslararası literatürde bulunan örnekler kullanılıp açıklanacaktır.

#### 1.1 Turizm Kavramı ve Tarih

İbranicede “öğrenme, araştırma” anlamına gelen “torah” kökünden türeyen ve kökeni 17. yüzyıla kadar uzanan turizm kelimesinin kökü “tour” sözcüğüdür. İbraniler, olağan bir biçimde yaşanan yerlerin dışındaki uzak yerleri görmek, oralarda oturan insanların ekonomik ve sosyal durumlarını incelemek üzere kendi gönderdikleri kişilere turist ve bunların eylemlerine de ‘turlamak’ derlerdi(Bank, 2003; Bahar & Kozak, 2005, s. 2).

Latince dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğüne dayandığı belirtilen İngilizcedeki “tour” kelimesinin anlamı, hareket edilen yere dönmek koşuluyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatler demektir. Ayrıca Leiper (Leiper, 1983), “tour” kelimesinin Fransızcada “kule” anlamına gelen “tour” kelimesinden de türemiş olabileceğine dikkat çeker. Avrupa’nın pek çok ülkesinde olduğu gibi, İngiltere’de hâkim/yönetici sınıf tarafından Fransızcanın konuşulduğu Orta Çağda, kalelerde yer alan kulelerin etrafında dolaşarak aşağıda yer alan

kasabaları veya kırsal alanı seyretmek modaydı. Zaman içinde *tour* sözcüğünün kapsadığı gezinti alanı kalelerin ve kulelerin dışına çıkmış, buna paralel olarak kelimenin anlamı da genişlemiştir. İngilizcede turist ve turizm sözcükleri 1500'lü yıllardan önce yoktu. *Tour* kelimesi, kule olarak yani Fransızcadaki anlamındaki gibi kullanılıyordu. 1700'lerde sözcüğün Avrupa'ya İngiltere'den yapılan yolculuklar için, yani bugünkü anlamıyla kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Oxford Sözlüğü 1811'de ilk kez *tourism* sözcüğüne yer vermiştir (Leiper, 1983). Yine Leiper'e göre (Leiper, *Tourism Management*, 1997), turizm faaliyetlerinin temelini oluşturan seyahat (*travel*) sözcüğü, zahmet ve meşakkat çekmek anlamına gelen "travail" kelimesiyle ilintilidir. 19. yüzyıla dek seyahat etmenin önemli ölçüde emek harcamayı gerektiren zahmetli bir iş olduğu dikkate alındığında bu ilişki şaşırtıcı değildir (Roney, 2011, s. 2).

Tatil amacıyla yapılan seyahatler olarak bilinen dinlenmek ve eğlenmek, turizm faaliyetlerinin önemli bir bölümünü oluşturur. Yapılan araştırmalar tatil amaçlı seyahatlerin literatürde sıklıkla sözü edilen bazı temel nedenlerini şöyle sıralamaktadır (Brown, 2000):

- Aile ve arkadaşlarla vakit geçirmek
- Başkalarıyla birlikte olmak ve eğlenmek
- Dinlenmek ve eğlenmek
- Yeni yerler ve / veya yeni kültürler keşfetmek
- Doğayla baş başa kalmak
- Görgü ve bilgiyi artırmak (müzeleri, ören yerlerini ziyaret etmek, vb.)
- Kötü havadan kaçmak
- Lezzetli yemekler yemek
- Macera ve heyecan yaşamak
- Adını duyduğu meşhur yerleri görmek (Roney, 2011, s. 2).

Turizmin çok sayıda tanımı yapılmış olmakla beraber, konuyla ilgili kişiler ve araştırmacılar tarafından benimsenmiş ortak bir tanımı yoktur. İlk tanımlar daha çok turizmin mekânsal (*spatial*) boyutuna odaklanmış ve oturduğu yerden belli uzaklıktaki yerlere giden kişiler turist olarak adlandırılmıştır. Daha sonraları turizmi

sadece talep açısından değil, fakat aynı zamanda arz yönüyle de ele alan; başka bir ifadeyle, turistlere hizmet veren firmaları, hükümetlerin turizm politikalarını ve turistler tarafından ziyaret edilen yerlerde yaşayan insanları da dikkate alan daha geniş kapsamlı tanımlar yapılmıştır (Gartner, 1996; Roney, 2011, s. 3).

Turizm ile ilgili yapılan tanımlamalar ya da çalışmaların, XIX. yüzyıl sonlarına kadar uzandığını da bilinmektedir. Turizmin ilk tanımı Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında yapılmış olmakla birlikte; birçok araştırmacı ve yazarın, konuya ilişkin olarak çok değişik tanımlama ve açıklamaları olmuştur. Bunlar turizmi, “doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay ve gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme ihtiyaçları, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteği” olarak tanımlanmaktadır (Gür, 2001).

Literatüre bakıldığında ise ilk olarak İkinci Dünya Savaşı döneminde İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından çağdaş turizm kavramının formüle edildiği görülmektedir. Buna göre; “turizm, insanların konutlarının bulunduğu ve sürekli çalıştıkları yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen olay ve ilişkilerin tümü” şeklinde tanımlanmaktadır(Sheldon, 1993). Bu tanım, daha sonra Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST) tarafından da kabul edilmiştir. Benzer şekilde, 1963 yılında toplanan Dünya Turizm Örgütü de (WTO) bu tanımı kabul etmiştir(Bahar & Kozak, 2005, s. 3).

### **1.1.1 Etnisite Kavramı**

Günümüz dünyasında etnisite kavramı, yanına grup kimlik ve sorun gibi ifade araçlarını alarak çok kullanılır hale gelmiştir. Kökü *ethnos/ethnikos* ve *ethnie* şekillerinde Grekçe metinlerde mevcuttur. Ancak kavram Grekçede farklı kullanımlara sahiptir. İlyada’da arkadaş takımı anlamında *ethnos Achaiōn* ve *Lukiōn*; Odyseia’da şanlı ordu müfrezeleri/ölü anmasında *kluta ethnea nekrōn*; yine

İlyada'da arı kovanı ve kuş sürüsü anlamında *ethnea melissōn ve ornithon*, Pindaros'ta erkek ve kadın ırkları anlamında *ethnos anerōn ve gunaikōn* veya Heredotos'ta ve aynı şekilde Attikalı hatiplerde Med halkı ya millet anlamında *medikon ethnos* ifadelerini görüyoruz. Terimin Platon'daki haberciler kastı (*Ethnos kerukiōn*) gibi belli bir kabile ya da kast, Ksenophon'da kadınları anlatan (*thelu ethnos*) ifadesi gibi bir cinsiyet için kullanıldığına da rastlıyoruz. Son olarak, Yeni Ahit yazarları ve Kilise Babaları tarafından Hıristiyanlar ve Yahudiler hariç bütün milliyetçi gruplar anlamında pagan(*ta ethne*) olarak kullanılmıştır. Ayrıca *ethnie* kavramı eski Mısır ve Asur yazıtlarında da bulunmaktadır (Özdemir, Şimşek, & Aktaş, 2008, s. 330).

Etnisite, başlangıçta kültürel farklılıklara sahip toplulukları ve ikinci sınıf (pagan) insanları ifade etmek için kullanılan kavram olup sonraları uzun süre adeta tedavülden kalkmış olmasına rağmen 1953'te Amerikan sosyolog D. Riesman tarafından yeniden ortaya atılmış ve yaygın bir kullanım alanı bulmuştur (Özdemir, Şimşek, & Aktaş, 2008, s. 331).

Oldukça farklı anlamlar dizini kazanan kavram, kültürel farklılığın özel bir biçimine anlam vermek üzere ortaya atılmıştır. Bu tanımlamalardan ya da anlamlandırmalardan bazıları şöyledir:

Heywood'a (Heywood, 2006) göre etnisite; farklı bir halk, kültürel grup veya coğrafi alana yönelik bağlılık duygusu ve hem ırksal hem de kültürel tonlar içeren karmaşık bir kavramdır. Ayrıca etnisite, her ne kadar derin ve duygusal bir düzeyde işliyor olsa da, bir kültürel kimlik türü olarak tanımlanabilir (Özdemir, Şimşek, & Aktaş, 2008, s. 331).

Etnisite kavramının ırk kavramına karşı olarak kullanıma sokulduğunu vurgulayan Marshall (Marshall, 1999) etnisiteyi, "içinde özgün kültürel davranışlar sergiledikleri ve ait oldukları bir toplumda, kendilerini diğer kolektif yapılardan farklı kılan ortak özelliklere sahip olduğunu düşünen ya da başkaları tarafından bu gözle bakılan kişileri tanımlayan bir terimdir" şeklinde anlamlandırılmıştır (Özdemir, Şimşek, & Aktaş, 2008, s. 332).

Etnik kimlik modern bir oluşum olarak ilk dönem ulus-devletlerinde ve bugünün ayrılan ulus-devletlerinde (Yugoslavya, Çekoslovakya, Sovyet Rusya'sı vb.) farklı kimlikler ile bir arada olabilmektedir. Bu grup içi dayanışmayı sağlayıcı yönü ile birlikte ele alındığı takdirde etnik kimlik, "ortak dil, eski inançlar ve ortak yaşam ritüelleri etrafında bir arada olan insan grubu" için anlamlı bir siyasi, kültürel ve toplumsal bir alan sunabilmektedir. Ancak etnik kimlik, grup içinde işbirliğini artırması sebebiyle pozitif bir durumdur. Bunun yanında ayırıcı bir özelliğe sahip olduğunu da burada belirtmek gerekir (Yanık, 2013, s. 231). Özellikle etnisiteyi ön plana çıkaran etnik turizm söz konusu olunca, durum böyle olmaktadır.

### **1.1.2 Etnik Turizmin Kavramı ve Gelişimi**

Etnisite turizmin birçok yönüyle ilgilidir. Aynı anda turizm etnisiteyi de farklı yönlerden etkiler. Turizm etnik kültürleri, sanatları, performansları ve festivalleri tanıtarak etnik kimliğini güçlendirebilir. Etnik kimliğinin dışındaki insanlarla etkileşimlere dayanarak inşa edilmesi yeni bir fenomen değildir. Ancak, turistlerin görselleştirmesi, tecrübeleri ve kültürel yapıyla ilgili düşüncelerini katması aynı derecede önemlidir. Kültür canlanması bazen turist merakı ve talebi tarafından teşvik edilmektedir. Aslında turizm, normalde imkânsız olmasına rağmen bazı gruplara dışarıdaki dünyaya kendilerini tanıtmaya imkânını sunmaktadır. Turizm iç ve dış güçleri tarafından zayıflatılan etnik grupların farkındalığı artırabilir, marjinal azınlıkların kültür miraslarını koruyarak korunmasını ve ölmekte olan veya geçmiş olan etnik niteliklerini destekler (Yang & Wall, 2009, p. 560).

Etnik turizm gelişince, ev sahibi milletler bundan rahatsızlık duyabilirler. Leong (1997)'a göre, turizm ulusal kimlik farkındalığı artırırken, aynı anda azınlıklara ayrıcalıkları kazandırır ve farklılığı teşvik eder. Etnik farklılaştırma çoğu ülkelerde sorun olarak görülmektedir. Gruplar kıt kaynakları için yarışırken ve hükümetlere taleplerde bulunurken, onların bağlılıkları, toprak ve kültür bütünlüğünü tehdit edebilir (Yang & Wall, 2009, s. 560).

Benjamin Michael Willett'in (Willett, 2007) doktora tezinde Latin Amerika'da 20. Yüzyılında olmuş olan ulusal kimlik farkındalığından kaynaklanan



yerel hareketlerden bahsedilmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü (İLO) ve Birleşmiş Milletler (UN) Yerel Halkların Hakları Bildirisine dayanarak, yerel hareketler, yerel gruplara siyasi alan oluşturmak için belirli kimliklere, kültürel değerlere ve pratiklere sahip farklı insanlar olmanın temellinde olduğunu belirtmiştir. Yerel hareketler artıkça, ulusal birlik sorunu ile yüzleşme ve kültürün bunun kaynağı olduğu tartışılmıştır. Bununla beraber, yerel organizasyonlar yerel etnik yapılarını güçlendirmek, siyasi marjinalleşmenin ve gücün üstesinden gelmek amacıyla farklı taleplerde bulunmuştur (Willett, 2007).

Etnisite, turizmde yer alanlar tarafından gelir ve döviz elde etmek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu günlerde, etnik çeşitlilik veya "yerel renk" kutlamaları küresel kültürün ve turizmin önemli yönünü oluşturmaktadır. Dünya çapında etnisite deneyimi, etnisitenin turizme geniş entegrasyonu ile etnisiteyi temsil etmek ve tüketmek moda olmuştur. Etnik turizm kavramı turist tarafından tüketilen, etnik lokantalar, mahalle pazar yerleri, etnik müze, konu parkı ve turistik köyler gibi yerel kültürle desteklenen birçok turizm ürününü içinde barındırmaktadır (Yang & Wall, 2009; Linnekin, Poyer, 1990, s. 559).

Etnisite, turistik çekicilik olarak, etnik toplulukların gelir ve döviz elde etme aracı olarak giderek teşvik edilmektedir. Etnisiteyi, çoğu ülke kendi kültür çeşitliliğini, yerel ekonomilerini canlandırmak amacı ile kullanmıştır. Aynı anda, etnik turizm etnik grupların kimliğini güçlendirmektedir. Bununla birlikte, etnik gruplar, zengin kültürel miraslarını, geleneklerini, dillerini ve kültürel gururlarını tanıtmaya fırsatları yakalarlar. Turizmden dolayı etnisitenin metalaşması ve pazarlanması etnik toplulukların korunması, etnik kimliklerin yeniden kurulması, etnik değerlerin değişmesi gibi çeşitli konuları ortaya çıkarmaktadır. Ancak ekonomik ve sosyal hedefler arasında dengenin nasıl tutturabileceği, ekonomik ve sosyal getiriler elde edilirken geleneksel kültürlerin nasıl korunabileceği, turizm endüstrisi ve etnik topluluklar arasındaki karşılıklı yararlı işbirliğinin nasıl kurulabileceği gibi konular turizm planlaması ve gelişmesinde yer almalıdır (Yang, 2007, p. 7).

Van den Berghe (1980, 1992, 1994) turizm sadece etnisiteyi etkileyen değil, özellikle gelişen ülkelerde turizmin etnik ilişkiyi oluşturan formu olduğunu

vurguluyor. Genellikle, ekonomik olarak eşit olmayan üç grup bu ilişkide yer almakta: turist, *touree* ve aracı. *Touree* yerliyi oynayan aktördür; başka değişle, turist taleplerine göre davranışını değiştiren yerlidir. Aracı ise, etnisiteyi kazanç için kullanan komisyoncudur, turist ve *touree*'nin etkileşimine aracılık yapar. Çoğu zaman, turizmin ekonomik faydası orantısız bir şekilde aracı olarak işleyen dominant gruba yönelik artmaktadır (Yang & Wall, 2009, s. 560).

Turizm sektörü her zaman pek çok karar vericileri içinde barındıran ve tarihi değişim sürecine sokan bir yapıdadır. Turizm hem yeni karar vericilere, hem var olan karar vericilere yeni fırsatlar verir.

Etnisite ve hükümet ilişkisi birçok etnisite literatüründe yer almaktadır. Turizm, etnisite tanımlanması ve düzenlemesi sürecinde hem devlet müdahalesini artırmaya eğilimli, hem de yerlilerin amaçlarına ulaşabilmesi için yeni kaynakları sunabilmektedir.

Bazı araştırmacılara göre, turizmle ilgili ticari ve kültürel entegrasyon süreci, yerel kimliğin bozulması veya basit ve otantik olmayan bir şekilde gösterilmesi yerine, yerel kimliğin meydana gelmesinde önemli bir faktör oluşturmaktadır. Çoğu Asya ülkelerinde turizm, siyasi, ekonomik ve kültürel süreçlerin güçlü bir örneği olarak görülmektedir. Aynı anda yerel kimlikleri kendilerini ifade etmelerine yardımcı olmuştur.

Turizm tarafından uluslararası pazara sunulan kültürel kimlik, aynı zamanda bir ulus kurma süreci ile ilişkilidir. Turizmin bileşenleri aynı anda milliyetçiliğin bileşenleri olan, bir yer ile tanımlanması, tarihi geçmişin duygusu ve kültürel miras canlanması ile iç içedir. Turizm ulusal varlığının farkındalığını geliştirince, bazı yerel ve spesifik gruplara ayrıcalıklar kazandırır (Leong, 1997, s. 72).

Farklı bağlamda, etnik farklılık bir ayrıcalık olarak görülmektedir. Çoğu zaman etnik farklılaştırılmanın pozitif değerlendirilmesinin asıl sebebi, hümanizm veya kültürel grupların hayatta kalmasından değil de, büyük ölçüde parasal nedenlerden dolayıdır. Bu sebeple Turizm etnisiteyi gelir ve döviz kazanmak için kaynak olarak kullanmaktadır. Etnik azınlıkları utanç olarak kabul eden devletler (azınlıklar ilkel primitifler olarak görülür), yabancı ulus olarak (dominant kültürü ile

asimilasyonu reddeden azınlıklar) lanetledikleri azınlıkları (toprak hakları ve yerel yetkileri için hükümetle savaşıyan azınlıklar), şimdi turizmle beraber kendi ekonomilerine katkı sağlayabileceklerini öğrenmektedirler(Leong, 1997, p. 74).

Volkman (1982, 1984, 1990), ve Picard (1990)'a göre kültür özellikle bir eğlence olarak pazarlandığında, turizmin yerel kimlik ve kendini tanımlama kavramları üzerinde dönüştürücü etkiler yaratmaktadır. Linnekin'e göre, nesnelleştirilmiş ve metalaştırılmış kimliğin tüketimi, kavramsal olarak pazarda satılan ve alınan ürünlere dönüştürülmüş kültür ve etnisite, ekonomi kapsamında ortaya çıkmakta ve gelişmektedir. Devlet tarafından desteklenen kültür ve etnik turizm, kusursuz olarak böyle bir maddeleştirmeyi gerçekleştirmektedir (Linnekin, 1997, p. 220).

Fırat'ın (1995) araştırmasına göre, her türlü ulusal ve bölgesel etnik kültür turizm ögesi olarak pazarlanabildiği takdirde; korunmuş, tecrübe edilmiş ve küreselleşmiş hale gelebilir. Ürünleri, tecrübeleri, yaşantıları ve pazarlanılabilen yönleri bakımından sunulmayan ve sunulamayan kültürler kendilerini üyeleri tarafından terk edilmiş hissederler. Özellikle, geleneksel kültürler, kendi yaşamlarını devam ettirebilmek için turistik öğelerinden olan, gösterileri, müzikleri, dansları, kostümleri ve süs öğelerini genç üyelerinin sunmalarını, bu genç üyeleri kültürlerine bağlı tutmanın bir yolu olarak görmektedirler. Bu, ayrıca gençlere gelir elde etme ve bununla birlikte küresel pazara katılma imkânı sağlamaktadır. Bazı niteliklerini ticari bir öğeye veya ürüne çevirmeyi başaramayan kültürler, birer müze ürününe dönüşerek kaybolmaktadırlar(Picard, Wood, 1997, s. 8).

Picard (1990, 74)turizmin kültürün ayrılmaz bir parçası olduğunu ve turistler ile etkileşimin, etnik kimliğin ve otantikliğin ana bir bileşeni olduğu durumlarda “turistik kültür” kavramı kullanmayı önerdi. Asya ve Pasifik etnik grupları ve toplumları sahip oldukları turistik kültürlerin derecesi değişken olduğu sürece, bölgede “toplumun turizmleşmesi” yayılmış durumdadır (Picard & Wood, 1997).

Turizm ve etnisite araştırmaları son yıllarda, etnisite literatüründe önemli olan merkezi teorik ilkenin konuşulmasını sağlamıştır: etnik kimliğinin sabit ve

geçmişten miras olarak kalmış olduğunu değil, sürekli yeniden keşfedilen – tekrar hayal edilen, Benedict Anderson’a göre, sembolik kurulan ve her zaman itiraz edilen kavram olmasını sağlamıştır. Doğası gereği turizm, hem kültürel yapının yeni süreçlerini ortaya çıkarır hem de onları aydınlatır.

Frederic Barth’ın klasik çalışmasındaki (1969, 15), etnik araştırmalarının kritik bakışı "kültürel değerleri içeren etnik sınırı değil, grubun tanımını oluşturan etnik sınır" olmasını önermektedir. Fakat etnisite ve turizm araştırmaları, turistlere yapılan etnisite pazarlamasından sonra, daha önce kısmen dikkate alınan "kültürel şeye" daha fazla önem vermeye başladılar. Bu eğilim, turist pazarlamasının talepleri ve etnik ürünün diğer ürünlerle rekabeti ile kısmen oluşturulmuştur. Ek olarak, etnik kültürün nesnelleştirilmesi ve maddileştirilmesi onu daha görülebilir, düşünülebilir, tartışmaya açık ve bilinçli bir seçim ve etnik seçeneklerin egzersizi haline getirmektedir (Wood, 1997).

Etnik seçenekler, turizm bağlamında turistlere yönelik ötekilik imajını kurmak için icra edilir. Genellikle, turistlerin radikal, egzotik ötekilikten hoşlandıkları düşünülür. Ama bu her zaman böyle değildir. Adams’a (1991) göre, Suwalesi’deki Toraya yaylalarına gelen turistlerin 5’te 4’ü Endonezyalıdır. Yerli Endonezyalı turizm Endonezya ulusal sloganındaki "farklılıkta birlik" gibi kültürel devamlılığını vurgulayarak ulusal hac unsurları taşımaktadır. Adams’ın belirttiği gibi, hem *Taman Mini Endonezya Parkı* hem hükümet propagandası milletin bütünlüğünü ve birliğini birleştiren aracı olarak kabul edilen yerli turizmi teşvik etmektedir (Wood, 1997).

Etnik kimlikler genellikle başka gruplar ve kurumlar ile etkileşimler ve temaslar ile kurulmaktadır. Turizm ve etnisitenin kesişmesinin ilginç ve önemli bir olmasının sebebi yeni teşvikler ve formlar sağlamasıdır. Bununla beraber sürecin etkileşimli doğası yeni değildir (Wood R. E., 1998). Bu yüzden, turistik etnisiteyi araştırırken, kimlik yapının evrensel süreçlerini daha kolay anlayabilmekteyiz (Özdemir, Şimşek, & Aktaş, 2008).

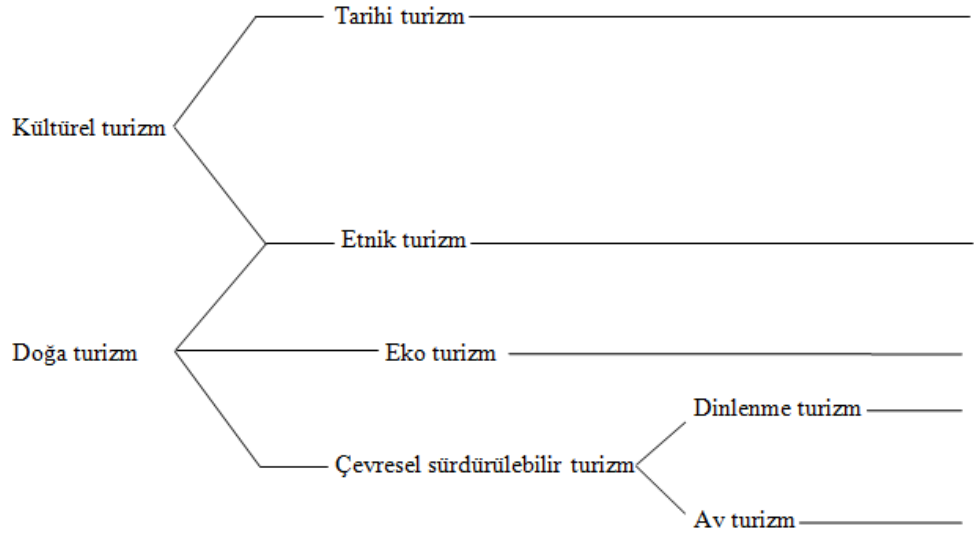
Turizm ve etnisite kavramının etkileşimi araştırmacılar tarafından iki yönlü olarak yargılanmaktadır. Turizmin etnik kimliğe etkileri konusunda da iki farklı görüş elde edilmiştir. Olumlu bakış açısını temsil eden görüşler, turizmin kültürler

arasındaki karşılıklı anlayışın ve hoşgörünün gelişmesine, kültürel mirasın değerinin farkına varılarak korunmasına, toplumsal refah teşvik edilmesine fayda sağladığını savunmaktadır. Diğer yandan, turistlerin gittikleri ülkelerde etnik olarak saf, geleneksel kültürünün korunduğu el değmemiş bölgeleri ararken, bu toplumların sosyal yapılarını ve kültürel kimliklerini çoğu kez olumsuz yönde etkilediklerini belirtilmektedir. Olumsuz etki konusunda, kültürün metalaşması en çok vurgulanan noktalar arasındadır. Bununla beraber bu araştırmada turizm ve etnik kimliğin ilişkisi olumlu yönden sunulmuştur.

### **1.1.3 Etnik Turizmin Tanımı ve Gelişimi**

Turizm literatüründe etnik turizm ile kültür turizmi birlikte anılmaktadır ve bu iki kavram birbiriyle ilişkilidir. Kültür turizmi, resmedilmeye değer yerel farklılıklar, eski tarz evler, evde dokunmuş kumaşlar, at veya öküz arabaları ve pulluklar, el zanaatlarından oluşan ve kaybolan yaşam tarzı kalıntılarının ziyaret edilmesini içermektedir. Destinasyon faaliyetleri kırsal konukevlerinde yemek yeme, folklor gösterileri, kostümlü şarap festivalleri veya Vahşi Batı'yı anımsatan rodeo performanslarından oluşmaktadır. Ev sahibi-konuk gerilmeleri en yüksek seviyede olabilir, çünkü kırsal köylü bölgeleri, turistik tatil yerlerden genellikle kolay ulaşılmakta ve bu yüzden çok sayıda ziyaretçi, kendi başına araştırma konusu olmuş köylülerin hayatlarını fotoğraf çekmeye gitmektedirler(Smith, 1978, s. 3).

Farklı turizm türleri arasındaki ilişki bu tabloda görülmektedir (Graburn, 1978):



**Şekil 1:** Turizm türleri arasındaki ilişkisi

Her turizm türünde özel prestijli, diğer bir deyişle daha “sihirli” yerler sıralaması mevcuttur. Ancak bir gezide iki veya fazla tür sık sık bir araya gelmektedir. Örneğin, biri Avrupa’daki müzeleri ve katedralleri ziyaret edebilir (Tarihi), sonra Kuzey İskandinavya’ya Beyaz Geceler (Çevresel sürdürülebilir) ve Laponlar (Etnik) seyretmeye gidebilir. Yahut Tarihi, Kültürel ve Etnik türleri birleştirip Hindistan’ı ziyaret edebilir. Belli turizm türleri diğerlerinden bir birine daha yakınlık; mesela, Etnik turizm - Kültür ve Doğa turizmin bileşimidir (Graburn N. H., 1978, s. 19).

Etnik turizm kavramını ilk Smith (1978, s. 2) kullanmıştır. Ona göre etnik turizm, ilginç, yerli ve egzotik insanların geleneklerinin halka pazarlanmasıdır. Smith (1978) Bu tanımları yaparken Eskimolar, Panama San Blas Kızılderilileri, Endonezya’daki Toraya halkı üzerinde yapılmış çalışmalardan etkilenmiştir. Etnik turizm, yerel ev ve köyleri ziyaret etme, dansları ve törenleri seyretme, sanat tarihi açısından değerli olan ilkel eşya ve antika alışverişinden oluşmaktadır. Etnik turizme katılan turistler genellikle, popüler yerlerden uzak duran, meraklı ve elit kısmın onayı ile motive olmuş sınırlı sayıda ziyaretçilerden oluşmaktadır.

Weiler ve Hall (1992)'a göre, turistler çevresel ve deneyimsel kalitenin peşinde olma isteğine, otantikliğe, kültürel ve/veya fiziksel çevreye katılmaya ortak olma arzusunu paylaşmaktadır. MacCannell (1992)'e göre, Batı'nın beyaz kültürünün küresel olarak yayılması ve kitle turizm kurumları belirgin etnik türler üretmiştir. Bu etnik türlerin asıl çekici görünen yanı ise egzotik kültürlerdir. Genellikle, beyaz olmayan etnik grupların sosyal ve kültürel hayatına duyulan merak etnik turizme olan ilgiyi arttırmaktadır(Li, 2000, s. 116).

MacIntosh ve Goeldner (1990), Smith'in (1978) bakış açısını yeniden ele almış ve şekillendirmiştir. MacIntosh ve Goeldner (1990)'a göre etnik turizm, egzotik insanların yaşam tarzlarını ve kültürel ifadelerini görme amaçlı seyahatlerdir. Bu turizm türüne örnek olarak, Panama'daki San Blas Hintlilerini araştırmak ile Hindistan'daki izole edilmiş Assam tepe kabilelerini gözlemlemek gösterilebilir. (Yang, 2007, s. 6).

Harron ve Weiler (1992), etnik turizmde kültürel/etnik egzotizm olarak kültürel farklılık vurgulanmıştır. Egzotizm kavramı ile çoğu zaman, uzak ve izole olmuş alanlarda yaşayan, ana toplumlarda egzotik bir şekilde davranan premodern, teknolojiye deneyimsiz, kırsal toplumlar kastedilmektedir(Yang L. , 2007, s. 7-8).

Aborjin turizmi(Mercer, 1995) ve yerel turizm (Getz, Jamieson, 1997) kavramları literatürde bazen birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Butler ve Hinch'e (1996) göre yerel turizm, yerel insanlar kontrolü altında ve/veya kendi kültürü temel alan bir çekicilik unsuru olarak sunulan turistik faaliyetlerdir. Yerel insanlar, destinasyonda yaşayan yöreye özgü veya yerli insanlardan oluşmaktadır. Aborjin veya yerel turizm spesifik olarak yerel insanları içermektedir. Etnik turizmde ise şart olmamakla birlikte yerel halk olabilmekte ancak etnik turizmi etnik gruplar oluşturmaktadır(Yang, 2007, s. 10).

Antropolog Linnekin ve Poyer (1990), etnik turizmin ilk tanımı yapan A. Smith'e (1978) dayanarak etnik turizmi tanımlamaktadır. Bu görünümde, etnik gruplar zaman içinde ayrı sınırları sürdürmekte ve "gelenek" isimli kalıcı kültürel temeli veya niteliği miras almaktadırlar. Başka bir deyişle, etnik turizmin temelini

oluşturan model, etnik grubu, hayvanat bahçesine benzetmektedir(Linnekin, 1997, s. 217).

Van den Berghe (Berghe, 1994)etnik turizmi, diğer etnik gruplar ile otantik karşılaşma arayışı olarak adlandırmaktadır. Etnik turizmin esas niteliği, Birinci ve Dördüncü Dünya'nın karşılaşmasıdır(Berghe P. L., 1992). Dördüncü Dünya, Graburn'a (Graburn N. , 1976) dayanarak Swain tarafından tanımlanmıştır: "Birinci, İkinci ve üçüncü Dünya ülkeleri ulusal sınırları ve tekno-bürokratik yönetim içinde yer alan bütün Aborjin veya yerli insanların topraklarına verilen ortak adıdır" (Swain M. B., 1993),(Ishi, 2012).

Bazı araştırmacılara göre, etnik turizm, başka bölgelerde bulunan arkadaş ve akrabaların ziyaret edilmesi ve bireyin kendi etnik yapısını araştırmaya yönelik seyahatleridir(King, 1994), (Pitchford, 1995). King'e göre (1994), birinci motive olan etnik bağla ilgili seyahatler, etnik turizm sayılmaktadır. Buna Eski Dünyadaki (İskoç veya İrlanda gibi) kendi atalarını görmeye giden Yeni Dünya gezginleri (tipik olarak Kuzey Amerikalılar) örnek olarak verilebilir. Pitchford(1995), tanım içine İngiltere'deki Galler gibi, ana etnik grupları da eklemeyi önermektedir. Onların kimlik ve bağımsızlık arzuları, turizmde kendi kültürlerini temsil etmelerine bağlıdır. Etnik bağ amaçlı seyahatler yakın tarihi göç üzerine yazılmış Kuzey Amerika ve Avustralya gibi ülkelerde yaygındır. Afrika, Avrupa ve Asya gibi, dünyanın diğer yerlerinde de bu önemli bir amaç olarak görülmektedir (Yang L. , 2007, s. 2).

Etnik turizm kavramı yabancı turizm literatüründe araştırmacılar tarafından farklı şekilde tanımlanmıştır. Aşağıdaki tabloda bu tanımlara yer verilmiştir:

**Tablo 1. Etnik Turizm Kavramı Üzerine Yapılan Tanımlamalar**

<b>Tanımı Yapan Araştırmacı</b>	<b>Yapılan Tanımlamalar</b>
Smith (1978)	Farklı, yerli ve egzotik insanların geleneklerinin halka pazarlanmasıdır. Yerel ev ve köyleri ziyaret etme, dansları ve törenleri seyretme, sanat tarihi açısından değerli olan ilkel eşya ve antika alış verişinden oluşmaktadır. Etnik turizme katılan turistler genellikle, popüler yerlerden uzak duran, meraklı ve elit kısmın onayı ile motive olmuş sınırlı sayıdaki ziyaretçilerden oluşmaktadır.
Wood (1984)	Kültür turizmi dolaylı bir şekilde kültüre maruz kalınmasını içerirken, etnik turizm, turiste daha özel ve otantik deneyim



	sağlayan, başka kültüre dokunan ilk elden deneyim sunmaktadır.
McIntosh ve Goeldner (1990)	Egzotik insanların yaşam tarzlarını ve kültürel ifadelerini görme amaçlı seyahatlerdir. Etnik turizmde tipik destinasyon faaliyetleri yerel ev ziyaretleri, danslara, törenlere ve dini ritüellere katılmayı içermektedir.
Linnekin ve Poyer (1990)	Farklı kültürel deneyimlerin ve insan eliyle yapılmış şeyleri toplama tutkusuyula, etnisitenin Batılı paradigmasına dayanarak, kültürel grubu, doğal olarak sınırlanmış, biyolojik olarak kendi kendine varlığını sürdüren bir varlık olan toplulukları ziyaret etmektedir.
Harron ve Weiler (1992)	Orijinali aramayı ve otantik, farklı etnik ve/veya kültürel geçmişi olan insanlarla çok yakın temas kurmayı amaçlayan seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Yerel evleri ve köyleri ziyaret ederek, ulusal görenekleri, törenleri, ritüelleri, dansları ve diğer geleneksel faaliyetleri gözleyerek ve/veya katılarak, ev sahibi kültürü ve çevresi ile doğrudan deneyimi vurgulamaktadır.
Van den Berghe (1994)	Diğer etnik gruplar ile otantik karşılaşma arayışı olarak adlandırılmaktadır. Modernlik homojenleştirmeyi, istikrarsızlığı yaygınlaştırırken otantikliği ortadan kaldırır ve böylece ters deneyim arayışı meydana getirir.
King (1994)	Anamotivasyonu olan etnik bağla ilgili seyahatler, etnik turizm sayılmaktadır. Buna Eski Dünyadaki (İskoç veya İrlanda gibi) kendi atalarını görmeye giden Yeni Dünya gezginleri (tipik olarak Kuzey Amerikalılar) örnek olarak verilebilir.
Pitchford (1995)	Başka bölgelerde bulunan arkadaş ve akrabaların ziyaret edilmesi ve bireyin kendi etnik yapısını araştırmaya yönelik seyahatleridir.
Yang (2007)	Egzotik kültürel deneyim yaşamak ve özel etnik gruplarla etkileşim kurmak için yapılan seyahatler olarak adlandırılabilir. Turistik seyahatler süresince, insan eseri, performans ve başka etnik gruplar ile ilgili ürünleri denemek ve tüketmek seyahat motivasyonunda veya faaliyetlerde önemli yer tutar. Burada etnik grup olarak, ortak tarihi, kültürü, dini, dili ve yaşam tarzını paylaşan farklı sosyo-kültürel insan gruplarından bahsedilmektedir.

Yukarıda verilen etnik turizm kavramı ile ilgili tartışmaların ışığında, etnik turizm şöyle tanımlanabilmektedir. Etnik turizmin iki türü vardır; 1. Bir bölgede yaşayan yerel veya yerel olmayan ortak tarihi, kültürü, dini ve dili paylaşan etnik azınlık gruplarının otantik kültürünü yakından tanıma ve tecrübe etme amaçlı seyahatlerdir. 2. Etnik bağdan dolayı motive olmuş insanların, başka bölgelerde yaşayan atalarını tanıma ve kendi etnik yapısını araştırmaya dönük seyahatlerdir.

Swain'a göre(1989), sürdürülebilir etnik turizmin temel zorlukları şunlardır; etnik azınlık grup yeterli otonomiye sahip mi, onun kültürü pazarlama şekli nedir, etnik azınlık grubu tarafından turizme yönelik ne tür sosyo-kültürel tepkiler dile getirilmiştir, gelecekteki gelişimi için umutları nedir(Yang, Wall, & Smith, 2006).

Sosyo-ekonomik değişimin aracı olarak turizmin etkisi, geçici ziyaretçiye pazarlanan doğanın ve pazarlama süreçlerinin etkisiyle oluşmaktadır. Panama'daki San Blas Kuna Hintlileri etnik turizmin bir formu olarak, yerel nüfusun geleneksel yaşam tarzına dayalı turistik çekicilikleri pazarlamaktadır. Etnik turizm bu yöreye özgü bir grup için paradoksal değişim ve devamlılık aracıdır. Bu durum, hem turizmin kabulünü hem de geleneklerin korumasını teşvik eder (Swain, 1978).

Ekonomik gelişmesi tarafından tetiklenen kültürel değişim, etnik turizme özgü özellikler yardımıyla, etnik grubun sürdürülebilir olmasını sağlar. Kendi insanların yardımıyla, etnik turizm grubunun uyumu için "kimlik sürdürme mekanizması" olarak hizmet verebilmektedir (Swain, 1978).

Van den Berghe'nin belirtildiğine göre, turizm, zengin ve orta gelirli sınıfın dışında kalan etnik azınlıkları açlıktan kurtaran devlet kuşu olarak görülmektedir. Buna rağmen, bazı durumlarda turizm ticaretinin ekonomik yararları azınlıklara çok az fayda getirmektedir (Ishi, 2012; Berghe v. d., 1992).

Etnik turizmin gelişimi ve tanıtımı, bir takım ekonomik, sosyal ve kültürel konular içermektedir. Etnik turizm, azınlık kültürlerinin korunması ve ziyaretçi beklentilerini karşılayan ekonomik açıdan sürdürülebilir bir deneyimdir. Etnik turizm doğası gereği dört önemli zorlukla karşı karşıyadır.

Birincisi, devletin düzeni etnik özerkliğe karşıdır. Devletin ncelikleri ile gücü ve yerel özerklik arasındaki çatışma, etnik turizmin temel karakteristik özelliğidir.

İkincisi, kültürel yabancılaşma modernliğe karşıdır. Kültürel egzotizm turistleri çekmekte, ancak toplum ve bazı devletler tarafından böyle grupların genel kültüre siyasi, ekonomik ve kültürel entegrasyonunu teşvik etmek için zorlamaların yapıldığı hissedilmektedir. Üstelik medya ve serbest piyasa ekonomisi sayesinde modern yaşam tarzlarına maruz kalma, artan sayıda modernleşmenin faydalarını talep eden azınlık insanları ile sonuçlanmaktadır.

cncs, ekonomik gelişme kültürel korumaya karşıdır. Gelişme değişim getirmekte, ama tüm değişikler arzu edilir değildir. Özellikle, modernleştirme geleneksel kültürün kaybolmasına sebep olabilmektedir. Diğer taraftan, ilerleme için

fırsatı engellenirken, geleneksel kültürün korunmasına yönelik çabalar, kültürü ötekileştirme ve fakirleştirme ile dışlayabilirler.

Son olarak dördüncüsü, otantiklik kültürel metalaştırmaya karşıdır. İş ve gelir fırsatı ile motive olmuş turizm üreticileri ve azınlık ev sahipleri, Otantikliğin taleplerini tatmin etmek için, turistlere daha kolay ulaşılabilen ve çekici olan kendi kültürlerinin belli taraflarını sunmakta ve bazı temsilleri sahnelemektedirler. Kültürel metalaşma, pazar taleplerine uyum sağlamak için yerel insanların davranışlarında değişiklikleri teşvik edebilmekte, geleneksel aktiviteler ve diğer kültürel göstergelerin kaybolmasına sebep olabilmektedir. Etnik topluluk, eğer yaşam tarzları, mimari ve diğer kültür formlarındaki değişiklik fazla ise, köklerinin kaybolma tehlikesini yaşamaktadır. Bu sebeple ziyaretçiler tarafından otantik olmadığından dolayı reddedilen turizm geliştirme tekliflerini, tehlikeye atmaktadır (Yang, Wall, & Smith, 2006).

Etnik turizm ile ilgili yapılan literatür taramasında, konuyla ilgili Türkiye’de yeterli araştırma yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle bu çalışmada etnik turizm konusunda yapılan bütün araştırmalar yabancı literatürden alınmıştır. Çoğu etnik turizm konulu olan yabancı araştırmalar, konu olarak etnik turizm açısından gelişmekte olan ülkeleri araştırmaktadır. En çok araştırmaya, Asya ülkeleri Çin ve Japonya, Latin Amerika ülkeleri ve Kanada üzerinde rastlanmıştır.

#### **1.1.4 Etnik Turizmde Ekonomik, Sosyal Ve Kültürel Konular**

Etnik turizmin tanımı ve gelişimi incelenmiş olup etnik turizmde ekonomik, sosyal ve kültürel konular sunulacak ve etnik turizmin toplum üzerindeki etkileri başlığı altında olumlu ve olumsuz etkileri detaylandırılacaktır. Etnik turizmin azınlık topluluk üzerindeki olumlu ve olumsuz ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri incelenecektir.

### 1.1.4.1 Etnik Turizmde Ekonomik Konular

Turizm Dünya’da hızlı büyüyen endüstrilerden biridir. Seyahat ve turizm endüstrisi dünyanın en büyük işverenidir ve ihracat geliri, altyapı gelişimi ve yeni iş yeri kurma gibi sosyo-ekonomik gelişmelerin temel etkeni olmaktadır (UNWTO, 2014). Bu ekonomik gerçeklerinin tanınması, dergilerin çoğalması, bilimsel dernekler ve turizm araştırmaları programları ile birlikte turizme bilimsel ve profesyonel merakının artmasına neden olmuştur. Ancak, turizm ekonomik açıdan olduğu gibi kültürel açıdan da önem taşımaktadır. Çünkü dünyanın her köşesi çoğalan sayıda turist tarafından ulaşılmakta ve kısmen, turizm algı ve tecrübe kazanma yöntemi olarak – John Urry’nin (1990)‘turist bakışı’ olarak adlandırılmış – neredeyse evrensel etkisini taşıyan, başka sosyal hayat alanlarından gittikçe ‘farksızlaşmış’ olmuştur. Turizm küresel ve yerel kültürün gerçek parçası olmuştur(Wood R. E., 1997, s. 6).

Ekonomik kalkınma, turizmin teşvik edilmesinin temel sebebi olarak tanınmaktadır. Hükümet yetkilileri, yerel insanların azınlık oldukları destinasyonlarında yerel insanların sosyal yardıma ilişkin algılandığı büyüyen bağımlılığını tersine çevirmek için endişelidirler. Giderek, turizm sayesinde oluşan ekonomik kalkınma etnik azınlıkların ekonomik bağımlılığını desteklemek için seçilmiş stratejilerden biri olmaktadır (Altman, 1989), (Parker, 1993). Frideres’e göre (1988), etnik insanların ilgisine aykırı ekonomik kalkınmaya yönelik kapitalist bakış açısına yerleşmiş yapısal eşitsizlikler var olmaktadır. Ona göre, muhtemelen başarıya yol açan ekonomik mekanizmaları, bireysel girişim yerine topluluk kontrolüne dayanmalıdır. Bu açıdan, kapitalist çerçevesindeki turizm kalkınmasına katılma oranı büyürken, etnik topluluğu ilgisine etkili koruma sağlaması için önemli çaba gerektirmektedir (Wall & Xie, 2005, s. 9).

Turizm, 1960’lı yıllardan beri ekonomik gelişiminin aracı olarak görülmüştür. Erken gelişim projeleri, sosyal, kültürel ve çevresel konuları ihmal edilmiş olup ekonomik faydalarına odaklanmıştır(Yoon, Chen, & Gürsoy, 1999, s. 30).

Butler'in çalışmasında (1980), başlangıçta turizm sektöründeki halk ekonomik gelirleri ve turiste olan sempatileri nedeniyle turizme karşı olumlu yaklaşımlar sergiler. Belirli bir süre sonra, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri üzerindeki şüphelerinin rahatsızlık verici duruma yükselmesi sonucu, ilerleme süreci yavaşlamaya ve gerilemeye başlar. Butler'e göre, yerel halkın turizmin etkileri konusundaki algılarının, turizmin gelişim sürecinde önemli bir yeri vardır. Turizmin kişisel yaşam alanları üzerindeki etkileri, yerel halkın turizm üzerindeki asıl ilgi alanıdır. Bir turizm gelişim stratejisinde yerli halkın turizme bakış açısı, sağlanacak kardan ya da yararlardan çok, turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerinin algılanmasına göre farklılık gösterir(Alaeddinoğlu, 2007; Bilim & Özer).

Ryan(2003)Turizmin ekonomik etkilerini incelerken, dikkate alınması gereken birkaç tane değişken önermektedir: Destinasyon bölgesinin turizm gelişimi, destinasyon bölgesinin ekonomik gelişiminin seviyesi, turistik olanaklarının niteliği ve çekiciliği, yabancı veya bölge dışı oteller ve turizm altyapısı mülkiyetinin oranı, yerli olmayan işgücü oranı, hükümet tarafından sağlanan altyapı, turist tipleri ve diğer ekonomi dalları ile ilişkileri(Zhang, Ryan, & Zhang, 2013, s. 85).

Turizm uzun bir süre ekonomik gelişimi hızlandırıcı bir etken olarak kabul edilmiştir (Walpole & Goodwin, 2000). Bu konuda yapılan ilk araştırmalar turizm gelişiminin yerel halka ekonomik etkileri hakkında olmuştur(Liu & Var, 1986), (Milman & Pizman, 1988), (Sheldon & Var, 1984).Birçok çalışma yerel halk tarafından en fazla önem verilen faktörün ekonomik fayda olduğunu ortaya çıkarmıştır(Akis, Peristians, & Warner, 1996; Ritchie J. R., 1988). Araştırmalar turizmin istihdamı artırdığını (Belisle & Hoy, 1980; Tosun, 2002; Davis, Allen, & Consenza, 1988), yeni yatırım fırsatları yarattığını (Setha & Richmond, 1978) ve yerel halka ve yerel yönetimlere gelir sağladığını (Jurowski, Uysal, & Williams, 1997) ortaya koymaktadır. Ekonomik yarar ve tutumlar arasında olumlu bir ilişki bulunduğu, hemen hemen bütün araştırmalarda saptanmıştır (Keogh, 1990; Gürsoy & Rutherford, 2004). Bununla birlikte, turizm sektöründe çalışanların sektörle ilgili iş deneyimleri olumsuz yönde gelişmişse, bu durum çalışanların tutumlarını

şekillendirecek ve turizm endüstrisine bir bütün olarak olumsuz bir tutum geliştirmesine neden olabilecektir (Haley, Snaith, & Miller, 2005; Akova, 2006).

Yerel toplulukların kendi ekonomileri, turizmden büyük ölçüde etkilenmiştir(Jurowski, Uysal, & Williams, 1997; Yoon J. , 2002; Avcıkurt, 2007). İstihdam yaratması ve işsizliği azaltması turizm gelişiminin en belirgin faydası olarak tartışılmıştır. Değişen yatırım ve harcama (Akis, Peristians, & Warner, 1996), ekonomik kazanç(Milman & Pizman, 1995), ev sahipleri ve hükümet için gelir dağılımı (Perdue, Long, & Allen, 1987), mal ve hizmetlerin fiyatları, arsa ve konut fiyatları (Perdue, Long, & Allen, 1987), yaşam maliyeti, altyapı gelişimi ve kaynaklar, turizm gelişiminin ekonomik etkilerinin örneklerindedir(Yoon, 2002).

#### **1.1.4.2 Etnik Turizmde Sosyal Konular**

Turizm endüstrisindeki gelişmeler, çok yönlü etkiye sahip yeni gelişmeleri beraberinde getirir. Turizm, aynı zamanda bir sosyal gelişme unsuru olduğundan dolayı ekonomik ve ticari yaşamda önemli bir değişime neden olurken toplumu sosyal açıdan da etkilemektedir(Tortop, 2001; Akova, 2006).

Sosyal yapı, bir toplumda organize olmuş ilişkilerin bütünü olarak tanımlandığından; gelişmiş ve az gelişmiş ülkeleri, kentsel ve kırsal toplumları, farklı coğrafyalardan insanları bir araya getiren turizmin sosyal yapıyı etkilememesi mümkün değildir. Bu durumda bir toplumun ürettiği maddi (tarihi ve arkeolojik eserler, özgün mimari yapı, el sanatları, kılık kıyafet gibi) ve manevi (gelenekler, dinsel törenler gibi) değerlerin bütünü olan kültür de değişecektir. Kültürün aynı zamanda turistik çekiciliğin bir parçası olduğu düşünüldüğünde, turist ile yerli halk arasındaki ilişkinin turizm açısından önemi yadsınamaz. Karşı karşıya gelen iki kültürün zaman içinde karşılıklı etkileme ve etkilenme sonucunda birbirine benzemeleri kaçınılmazdır. Kültürleşme (acculturation) adı verilen bu küresel süreçte bir toplumun kültürü ve kuşaktan kuşağa aktardığı kültür varlıkları yeni sentezlerle değişir. Ancak kültürler arasındaki etkileşimin mutlaka simetrik olması gerekmez. Tam tersine etkiler çoğu zaman çift yönlü değil, tek yönlüdür. Örneğin, turist çeken

az gelişmiş ülkelerin insanları, gelişmiş batılı ülkelerin geleneksel kültürlerinin etkisi altında kalmaktadır(Roney, 2011, s. 105).

Murphy (1985), turizmi her ikisi için de, hem ev sahibi ve hem de misafir için sosyo-kültürel olay olarak değerlendirmektedir. Ona göre, genellikle turistlerin rahatlığı üzerine durulmuş ve herhangi bir endüstri ile ilgili yerel hayal kırıklığına öncelik verilmemiştir. Turizmin kültürleşme süreci ile ilgili giderek artan bir endişe duyulmaktadır. Murphy'ye göre, eğer turizm "ağırlama endüstrisi" takma adını hak etmek istiyorsa kendi yapısının ve personelinin ötesine bakmalı, geniş anlamda ev sahibi topluluğu üzerinde sosyal ve kültürel etkileri dikkate almalıdır(Brunt & Courtney, 1999).

Turizmin sosyal ve kültürel etkileri literatürde genellikle kitle turizmi çerçevesinde ele alındığından, böyle bir yapı içerisindeki turist - yerli halk ilişkisinin dört temel özelliğinden söz edilebilir(UNESCO, 1976):

- İlişkinin geçici olması,
- Zaman ve mekânsal kısıtlamaları,
- İlişkinin kendiliğinden(doğal) olmaması,
- Eşit olmayan ilişkilerin yaşanması(Roney, 2011, s. 106).

Turizmden etkilenmiş topluluklarda sosyal çatışmaları inceleyen bu etnografik araştırmada (Zhang, Ryan, & Zhang, 2013), turizmin etkilerini araştırmış çalışmaları tanıtılmaktadır. Bu erken çalışmalarının çoğu, Jafari (1989) tarafından kurulmuş "uyarıcı platformu" takip etmektedirler. Araştırmacılar çoğunlukla turizmin sosyal çatışma, suç, yerel kültürün metalaşması ve bozulması, değerlerin azalması ve dini, inanç ve sembollerine saygısızlık gibi, negatif etkilerden endişe duymuşlardır(Greenwood D. J., 1977; Pi-Sunyer, 1977). Kent (1975), Hawaii turizmini, bir parodi olarak önde gelen tarım ihracatını temsil ederek "yeni şeker türü" olarak tarif etmektedir. Diğer taraftan, bazı araştırmalar Savunma platformunun özelliklerini yansıtmaktadırlar. Diğerleri arasında, Endonezya'daki Bali hakkındaki Mckean'in çalışması(McKean, 1977) ve Deitch'in (Deitch L. I., 1977) Güneybatı Birleşik Devletleri'ndeki Kızılderili araştırması, geleneksel sanat ve zanaat koruması ve üretimi, miras ve etnik kimliği gururunun artışı gibi turizmin olumlu etkileri

vurgulamaktadır. Bundan sonra, araştırma bilgi tabanlı bir platforma girmektedir. Zamanla araştırmacılar tarafından geçmişin hatalarını gidermeyi ve azınlıkların seslerine kulak vermeyi amaçlamış araştırmalar (Swain M. B., 1978), (Swanson & De Vereux, 2012) hem daha kritik, hem de karışıklıkları ve farklı değer sistemleri daha belirgin hale getirmiş araştırmalar daha çok ses getirmiştir (Greenwood D. J., 2004).

Akova (2006) da, yerel halkın turizme ilişkin algılarını ve tutumlarını incelerken turizmin sosyal etkilerinden bahsetmektedir. Yapılan birçok araştırmada turizmin ekonomik etkilerinin algılanması olumlu yönde iken (Jurowski, Uysal, & Williams, 1997) bazı diğer araştırmalarda da, sosyal ve kültürel etkilerin algılanmasının olumsuz yönde olduğu saptanmıştır (Brunt & Courtney, 1999). Bu araştırmaların çoğunluğu, toplumunun ekonomik dinamiklerini dikkate almayan alan çalışmalarıdır (Ap, 1990). Bununla birlikte, çoğu çalışma nispeten büyük ve gelişmiş turizm bölgelerinde yapılmıştır (Long & Richardson, 1989).

Yoon, Chen ve Gürsoy'un (1999, s. 32) araştırmasında vurgulandığı üzere, ev sahibi topluluğun turizmin sosyal ve kültürel etkileri üzerindeki algısı her zaman tartışılmış ve bazen çelişkili yorumlar üretmiştir. Bazı araştırmacılar, turizmin yerliler üzerindeki ekonomik etkilerini olumlu algılama eğilimdeyken, turizmin sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini olumsuz gördüklerini göstermişlerdir (Jurowski, Uysal, & Williams, 1997; Liu & Var, 1986; Milman & Pizman, 1988; Perdue, Long, & Allen, 1987; Pizman, 1978; Prentice, 1993). Diğer taraftan, bazıları yerlilerin topluluklarına turizmin farklı sosyal, kültürel ve çevresel etkileri sağlamasına inandıklarını vurgulamıştır. Örneğin; turizm, doğal bölgelerin, arkeolojik alanların ve tarihi anıtların korumasını sağlamıştır (McCool & Martin, 1994), (Mathieson & Wall, 1982).

Ayrıca Demirkaya ve Çetin'in araştırmasında (Demirkaya & Çetin, 2010), turizmin sosyal ve kültürel etkileri tartışılmıştır. Örneğin, turizm kültürel değişim fırsatları ve daha fazla dinlenme olanakları sunarken, farklı yaşam kalitesinin faktörlerini bozmaktadır. Fakat turizmin ekonomik etkilerinin aksine, turizmin sosyal ve kültürel etkileri halkın algılarını olumsuz etkileyebilmektedir (Yoon,



2002),(Perdue, Long, & Allen, 1987; Özgüç, 2003). Tıkanıklık oluşturma, trafik, gürültü ve artan suç, turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin örnekleridir (Gunn, 1988). Araştırmacıların bulgularına göre, turizm, yerel kamu hizmetleri, kültürel aktiviteleri, değişen geleneksel kültürü geliştirip, yerel kültürün kimliğini korumuştur(Liu & Var, 1986).

Turizmin sosyal etkileri, sosyal değerler, inançlar ve kültürel uygulamalar üzerinde, uzun vadeli yavaş değişikliklere neden olmaktadır. Aslında, sosyo-kültürel değerlerin üzerindeki etki, turist sayısı ve bölgedeki turizm gelişim seviyesi gibi faktörlere bağlıdır (Brunt & Courtney, 1999; Soykan, 2004; Demirkaya & Çetin, 2010).

Bazı araştırmacılar yerel halkın turizme bakışını sosyal değişim teorisiyle açıklamayı denemiştir (Ap, 1990; Ap, 1992), (Jurowski, Uysal, & Williams, 1997), (Perdue, Long, & Allen, 1990). Sosyal değişim teorisi; turizmden bekledikleri yararın, turizmin sebep olduğu maliyeti aşmadığı sürece, yerel toplumun turizmi geliştirmeye yönelik desteğinin devam ettiğini belirtir (Allen, Hafer, Long, & Perdue, 1994), (Ap, 1992), (Getz, 1994), (Jurowski, Uysal, & Williams, 1997). Ayrıca bu teori, turizmin hissedilen tesirini şekillendiren dört faktör arasındaki bağı da açıklar. Bunlar; ekonomik getiri, turizm kaynaklarının kullanımı, yaşama süresi ve çevreye karşı tutumlardır(Jurowski, Uysal, & Williams, 1997). Turizm literatürü, yerel halkın değişime katılımını etkileyen ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faydaların önemli etkenler olduğunu göstermektedir(Yoon, Chen, & Gürsoy, 1999; Akova, 2006).

Swain (1993), etnik turizme katılan etnik azınlıkların cinsiyet dinamiklerini tartışmaktadır. Swain'a göre, etnik sanatların kadın üreticilerin kendi çalışmaları ile hane halkı düzeyinde güçlenmiş görünmekte. Ancak, etnik grubu düzeyinde, çoğu kadın, erkek ve kadın rolleri ile ilgili kendileri etnik ve devlet toplumlarının toplumsal beklentileri ile uyumludur. Sonuç olarak, kadınlar sıkça kendi toplumları değiştirmeye yetkili değildirler (Ishi, 2012, s. 298).

Turizmin geliştiği sahalarda bir takım sosyal değişimler ortaya çıkmaktadır. Gümüş ve Özüpekçe'nin çalışmasında(2009) turizmde cinsiyet dinamikleri

araştırılmaktadır. Foça'da turizmin en çarpıcı etkisi, kadınların çalışma hayatına katılımını artırmasıdır. Foça'da 1985 sayım döneminde kadınların toplam çalışan nüfus içerisinde oranı % 17,98 iken(DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü), 1985), 1990'da % 22,53'tür(DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü), 1990). 2000 yılında çalışan nüfus 13063 olurken, bu nüfusun 9057'sini (% 69,33) erkekler oluşturmaktadır. Çalışan kadın nüfus ise, 4006 kişidir(DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü), 2000).

Ferguson(2011), turizm istihdamı çok cinsiyetlendirilmiş olduğunu ve eşitsizliğin düşük ücretli kadın işçiliğine yol açtığını kabul etmektedir. Dolayısıyla, turizm endüstrisinde gelir getirici faaliyetler ile kadınların ekonomik güçlendirmesi ve daha geniş politik ve sosyal güçlendirmesi arasında doğrudan bir ilişkisi bulunmamaktadır(Phommavong & Sörensson, 2014).

Turizmde yoksulluğun azaltılması ve istihdamın cinsiyetçi ayrımını anlamak için spesifik cinsiyet ve etnikliğe dayalı yerlerin dikkate alınması gerekmektedir(Blackstock, 2005), (Flacke-Neudorfer, 2006), (Khouangvichit, 2010). Farklı yerler kendine özgü sosyal ilişkileri yapılarında bulundurmakta ve farklı etnik azınlık grupları turizm işinde kendilerine özgü cinsiyete dayalı ilişkileri kurmaktadır(Phommavong & Sörensson, 2014).

Etnik insanların üzerindeki turizmin etkisi bir takım sosyolog, antropolog ve turizm araştırmacılarının dikkatini çekmiştir. Sosyal çatışma araştırmasına çeşitli disiplinler tarafından ilgi duyulmuştur. Buna karşılık, turizm destinasyonlarında sosyal çatışma konuları turizm araştırmacıları tarafından sistematik olarak incelenmemiş veya iktidar meselelerini analiz ederken daha çok ağ teorisi kavramlarına dalınıp çatışma çözümü kavramları kullanılmaya karar verilmiştir (Dredge, 2006). Ancak, çoğu turizme yönelik topluluklarda, turizm gelişimi büyük ölçüde sosyal çatışmayı etkilemektedir. Turizm daha fazla gruplar ve alt gruplar getirmekte, değişmekte ve çatışma doğasını karmaşıktırmakta, topluluklarda sosyal yapıyı ve kültürel değişimi içerden etkilemektedir (Zhang, Ryan, & Zhang, 2013, s. 87).

"Uyarıcı platformunu" karakterize eden erken turizm çalışmalarında da sosyal çatışmanın adı geçmektedir (Jafari, 1989). Çıkarlar, değerler ve hedefler çatışması

paydaşlar arasında olmaktadır (Sofield, 1996). Yerel arazi sahipleri ile turizm gelişiminden yararlanan yabancı yatırımcı arasındaki çatışmalar, etnik topluluk ve turizmden ekonomik olarak faydalanan yabancı girişimci arasındaki çatışmalar(Crystal, 1989), (Goering, 1990) ve kıt kaynaklara karşı yerliler ile turistler arasındaki çatışmalar örnek olarak gösterilmektedir (Urbanowicz, 1977; Zhang, Ryan, & Zhang, 2013).

Robinson'a göre (1999), kültürel çatışmasının dört boyutu vardır: turizm endüstrisi - ev sahibi çatışmaları, turist - ev sahibi çatışmaları, turizm - turist çatışmaları ve ev sahibi - ev sahibi çatışması. Turizm endüstrisi ile ev sahibi topluluğu arasındaki çatışmayı etkileyen belirleyiciler şunlardır; (1) doğa ve ev sahibi kültürünün metalaşma derecesi, (2) doğal ve kültürel kaynakların kullanımı, (3) ev sahibi topluluğun turizme ekonomik bağımlılığının derecesi.

Hükümetler, turizm girişimcileri, turistler ve yerliler turizm destinasyonlarında dört tane ana paydaş olarak belirlenmiştir. Her bir grubun benzersiz unsurları ve genel pozisyonları toplumsal grupların kimlik hatlarını oluşturmak için hizmet etmektedir. Grubun kimliği ortaya koyması ve çevresindeki dünyaya karşı sınırları koruması, diğer gruplar ile oluşan çatışmada gruba katkıda bulunmaktadır. Bunlar, gerginliğe yönelik turizm gelişimi sisteminin temel özellikleridir ve turizm gelişiminde gerilim doğasını, kapsamı ve formları belirlemektedir(Zhang, Ryan, & Zhang, 2013, s. 88).

Bu temel gruplar turizm gelişiminde farklı roller oynamaktadırlar. Hükümet, turizm gelişimini etnik kültürü modernleştirmesi için işletilebilir kaynağa dönüştürülmesi için standartlaştırmaya çabalamıştır. Bu nedenle milli yapıya katkıda bulunan "otantik" kültürel mirasın ortaya çıkarılması, korunması ve sunulması gerekmektedir(Oakes, 1998). Turizm girişimcileri ekonomik faydaları ile daha çok ilgilenmektedirler. Turizm işinde ekonomik motifleri her zaman diğer hedeflerinden daha ağır basmaktadır. Oakes'e göre(1998), yoksulluğun azaltılma propagandası, turizm gelişiminde en aktif şekilde yer alanlar için, turizm sadece "para kazanmakla" ilgilidir. Turistlerin etnik destinasyonlarının ziyaretleri çok amaçlı olmakta ve onların gerçek motivasyonları genellikle sözlü ifade ettikleri veya anket cevapları ile tutarsız

olmaktadır (Yang J.-J. , 2012), (Yang, Ryan, & L., 2012). Turistlerin şaşkın bakışları ve seyahat davranışları yerlileri etkilemektedir. Yerel etnik insanlar, genellikle kendilerini marjinalleşmiş veya ekonomik ve politik olarak dezavantajlı hissetmektedirler. Bunun yanında kendi kaynakları ve turizm aktiviteleri üzerinde düşük düzey kontrole sahiptirler. Turizm farklı talepleri olan daha fazla alt grupların oluşmasına izin vermekte ve alt gruplar arasındaki farklılıkları ve talepleri genişletmektedir (Zhang, Ryan, & Zhang, 2013, s. 88).

Etnik turizm için "kültürel gelişim ve atraksiyon gelişimin bir parçası ve toplumun yeni ekonomik ve sosyal kazancının önemli bir parçasıdır" (Gunn, 1994). Gelişim programlarındaki alışla gelmişlik, yerel kültüre ekonomik müdahalelerin adaptasyonu ve etnik karar verme süreçlerini dâhil etmesi, başarılı sonuçlarının kritik bileşenleri olduğunu vurgulamaktadır (Moss & D., 1995). Bütün gelecek gelişim planları, hem yerel kültürün mutabakatı hem de ev sahibi topluluğunun karar vermesi ile birlikte tüm düzeylerin tam katılımıyla oluşturulmalıdır (Li Y. , 2000, s. 128).

Kaynak yönetimi bakışı açısından, faydalarını en iyi şekilde kullanmak ve problemleri azaltmak için turizmin sosyal ve kültürel etkilerini planlama sürecinde ve çevresel etkilerini değerlendirme aşamasında düşünülmelidir. Olumlu etkileri güçlendirmek ve olumsuz etkileri azaltmak için yerlilerin turizm anlayışı, karar verme sürecine katılmaları ve endüstriden faydalanmaları için toplulukların katılımı önemli bir genel planlama politikasıdır (Kavallinis & Pizam, 1994), (McIntyre, Hetherington, & Inskeep, 1993). Aynı şekilde Ap (Ap, 1992) ve Lankford'a göre (1994), yerlilerin turizm etkileri üzerindeki bakış açıları, kalkınma, pazarlama ve var olan gelecekteki programların, projelerin işleyişi için önemli bir planlama ve politika parçası olmaktadır (Brunt & Courtney, 1999, s. 507).

### **1.1.4.3 Etnik Turizmde Kültürel Konular**

*Somut Olmayan Kültürel Mirasın (SOKÜM) Korunması Sözleşmesi* UNESCO tarafından 17 Ekim 2013'te kabul edilmiştir. Bu sözleşme, halkın kendi kültürel kimliğinin bir parçası olarak gördüğü ve nesilden nesile devrederek

günümüze kadar ulaştırdığı somut olmayan kültürel mirasının korunmasına ve gelecek nesillere ilemesine yardımcı olacak yol, yöntem ve olanaklar olarak nitelemektedir (Oğuz, Özay, & Tacar, 2009), (Özdemir, 2009 ). *Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşmesi*'ne göre bir bölgenin sahip olduğu kültürel ve doğal miras değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliği ilgili devletin önemli görevleri arasındadır (UNESCO, 2009).

Toplumlarda çevre bilincinden kaynaklanan koruma isteği, sadece doğal kaynakları değil kültürel varlıkları da kapsamalıdır. Nitekim bu konuda UNESCO 2005 yılında küreselleşmenin doğurduğu tehditleri ortadan kaldırmak amacıyla Kültürel İfadelerinin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesini kabul etmiştir (Oğuz, Özay, & Tacar, 2009). Kültürel koruma, toplumların tarihte kat ettikleri yolun birer kanıtı olan varlıkları, bir sonraki kuşaklara aktarabilme güdüsüyle oluşan önlemeye yönelik davranıştır. Çünkü bu varlıklar tüm insanlığa bırakılan mirastır(Bektaş, 2001; Çetin, 2010, s. 183).

En önemli kültürel miraslarından biri olan dil, korunamadığı zaman sonraki kuşaklara aktarabilmeme tehdidi ile karşılaşmaktadır. Turistler yeni bir yer ziyaret ederken yerli insanların onların dilinde konuştuklarını sanmaktadırlar. Bölgedeki insanlar, özellikle onlarla iş yapanlar, turistlerin dilini öğrenmeye ve kullanmaya başlarlar(Coltman, 1989). Turistik bölgelerde yaşayan insanlar onlarca turist ile konuşarak belli ki günlük yaşamlarında binlerce yabancı kelime kullanmaktadır ve bu da kaçınılmaz bir şekilde anadillerinde erozyon oluşturmaktadır (Ryan, 1991). Belli bir süre sonra yerliler yabancı kelimeleri günlük konuşmalarında kullanmaya başlamaktadırlar. Böylece bir kültürün temel taşı olarak dil, gitgide özgünlüğü kaybederek, yabancılaşma ve bozulma ile karşı karşıya kalır(Demirkaya & Çetin, 2010).

Turizm, etnik grubuna kendisini, tarihini ve kültürünü tanıtmak için araç sağlayabilmektedir (McCannell, 1973). Turizm, tehdit altında olan azınlık mirasının korunması için vurgulama ve destek aracı olabilmektedir (Esman, 1984), (Henderson, 2003). Dini törenlerin canlanması, sanat formları ve zanaat üretimi(Crystal, 1989), (Hichcock & Brandenburgh, 1990), (Smith V. , 1989) gibi kültürel canlanma için

olumlu bir güçtür(Harron & Weiler, 1992). Yaratıcılığı teşvik ederek topluluklara kendilerini daha pozitif bir yönden sunabilmeleri için bir platformu oluşturmaktadır(Cohen, 1988), (Graburn N. H., 1984), (Pitchford, 1995). Yeni "turist sanatları" her zaman bozulmuş değildir ama yeni sanat formlarına yol açabilmektedir (Graburn N. H., 1989). Kısacası, kültürel gelenekleri yok olmaktan ziyade, çoğu zaman yeniden yorumlanmış hatta canlandırılmış olmaktadır (Berghe v. d., 1992), (Yang & Wall, 2009, s. 563).

Üstelik yerel insanlar arasında yerel kimliğin desteklenmesi ve güçlendirmesi ile birlikte yerel kültürüne gurur aracılığıyla öz farkındalık teşvik edebilmektedir (Boissevain, 1996), (Esman, 1984), (Henderson, 2003), (Johnston, 1990), (Klieger, 1990), (Swain M. , 1990). Turizm, o zaman etnik imaj oluşturması ve planlaması için önemli bir fırsat sunabilmektedir(Roosens, 1989), (Yang & Wall, 2009, s. 564).

Çoğu yorumcuya göre, genellikle turizm, sosyal ve kültürel değişimin temel sebebi olarak değil, ona katkıda bulunan bir araç olarak değerlendirilmelidir. Fakat endüstrisi son derecede görsel olduğu için sosyo-kültürel değişiminde genellikle günah keçisinin rolü oynamaktadır (Crick, 1989). Bütün toplulukların ve kültürlerin dinamik özelliği bu arka plana karşı gözden kaçırılmamalı ve potansiyel etkileri dikkate alınmalıdır (Sharpley, 1994), (Brunt & Courtney, 1999, s. 503).

Çoğu bölgede turizmin başarısı yerel topluluğun desteğine bağlı olurken, ev sahibi topluluğun üzerindeki turizm etkisi hayati olarak anlaşılmalı, izlenmeli ve yönetilmelidir. Yerel topluluğun üzerindeki turizm etkisini yönetebilmek için, onun etkileri topluluk tarafından kabul edilebilir olarak görülen sınırlarını aşmaması çok önemlidir. Uygun yönetim stratejilerinin yerine konabilmesi için yerel topluluk üzerindeki belli davranışlar ve turist etkilerinin sonuçlarını nedenlerini anlamak gereklidir (Deery, Jago, & Fredline, 2012, s. 65).

## **1.2 Etnik Turizmin Yerel Halk Üzerine Etkileri**

### **1.2.1 Yerel Halk Üzerine Olumsuz Etkiler**

#### **1.2.1.1 Ekonomik Etkileri**

Genellikle turizmin, turistik destinasyonlarına ekonomik faydalar getirdiğine inanılmıştır. Ancak, ekonomik faydaları, farklı gruplar arasında eşit olarak dağıtılamaz. Toops'un (1992) Han tur rehberleri ve Xinjiang, Çin'deki etnik grupları arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmasında, direk turizm kazancının Han aracılarında orantısız bir şekilde birikmiş olduğu gösterilmektedir. Turizm gelişiminden başlıca yararlanıcıların kimlerin olacağı, gelişmekte olan ülkelerde her zaman çatışma ve gerginlik konusudur. Turizmden kaynaklanan ekonomik faydalar karşısındaki çatışma ve gerginlik, çoğunlukla etnik topluluk ve yabancı girişimciler arasında (Crystal, 1989),(Feng, 2008), (Goering, 1990), yerel insanlar ve yerel turizm yönetimi arasında (Feng, 2008), diğer farklı gruplar ve alt gruplar arasında olmaktadır (Zhang, Ryan, & Zhang, 2013, s. 85).

Bugünkü literatür, etnik turizmin yerel halka yaptığı sosyo-ekonomik etki üzerinde iki farklı bakış açısını içermektedir (Adams, 2006), (Boswell, 2005), (Bruner, 2005), (Hitchcock, 2000), (Middleton, 2004). Yaygın olarak kabul edilen ilk bakış açısı, etnik turizmin birden fazla faydası olup, yerel azınlıklara sağladığı, kültürel/kimlik canlanması ve sosyo ekonomik, hatta bazen de siyasi kazançlarıdır (Adams, 2003), (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005), (Hipwell, 2007), (Kent, 2006), (Komlosy, 2004), (Thompson, 2004). Buna karşılık, ikinci bakış açısına göre, etnik turizm yerel halka kısıtlı ekonomik getiriye sürdürmekte, buna rağmen, çok sayıda araştırmacı etnik turizmin kültürel/kimlik temelindeki pozitif etkisini kabul etmektedirler (Cohen, 2001), (McKercher & Fu, 2006), (Nepal, 2005). Bu araştırmacılara göre, azınlıklar kısıtlı ekonomik getiriye rağmen, kültür ve kimlik canlanmasına kısıtlı ekonomik getirisini aşmış, pozitif etkisinden dolayı etnik turizmi kabul etmektedirler (McKercher & Fu, 2006), (Nepal, 2005), (Ishi, 2012, s. 299).

Turizm geleneksel olarak, etnik grupların ekonomik faaliyetini çeşitli yollardan etkilemiştir. Çok sayıda araştırmacı, yerel grupların ekonomik istismarına katkıda bulunan turizm teşvik örneklerine işaret etmiştir. Örneğin, Trask (1993) yerli Hawaiiiler tarafından hissedilen daha düşük kişi başına düşen gelir, hayvanların ve doğal çevrenin nesil tükenmesi ve artan yaşam masrafları gibi ekonomik istismarı hakkında detaylı bir hesap vermektedir. Turizmde daha detaylı ekonomik istismar örneği, Antigua'da Jamaica Kincaid tarafından verilmektedir. Kincaid'a göre (1988), Antigua'da ekonomik kalkınma için ayrılmış paranın büyük çoğunluğu turizm altyapısına harcanmaktadır. Turizmden gelen kar, dış yatırımcılara geri verilmekte, böylece yerel Antigualılar geniş kapsamlı yolsuzluk, yıkılmaya yüz tutmuş okullar ve hastaneler ile baş başa bırakılmaktadır. Her iki durumda da, yerel etnik gruplarının hiç bir zaman ekonomik faaliyetinin akışını şekillendiren gücü olamamıştır ve bundan dolayı turizmin gelişimine karşı olmuşlardır (Willett, 2007).

Araştırmacılar, çoğunlukla kazanılmış ücretlerin perspektifinden toplum üzerindeki turizm etkilerini ve turizm endüstrisi personeline yönelik kariyer gelişim stratejilerinin ihtiyaçlarını araştırmışlardır (Smith V. , 1989), (Baum, 1993). Smith'e göre, "turizm endüstrisi yoğun işgücü, özellikle az yetenekli işgücü havuzları için, genellikle dünya çapında gelişmemiş bölgelerde kalkınma aracı olarak üst sırada yer almakta". Az yetenekli işgücü havuzlarından olan hizmet sektöründe düşük ücretli pozisyonları alan çoğu işçiler "dezavantajlı azınlık grupların" üyeleridir. Üstelik bunlar çoğu zaman mevsimsel, kötü çalışma şartları olan, kariyer eğitimi ve kariyer gelişimi için potansiyel yetersizliği olan pozisyonlardır (Jithendran ve Baum, 2000; Willett, 2007).

Örneğin, Cancun, Meksika'da Maya temalı turizm başlıca turistik cazibelerden biri olmaktadır. Cancun'da geleneksel Maya kostümleri giyen otel personeli, garson olarak çalışan veya turistik fotoğrafları için modellik yapan Mayaları bulmak kolaydır. Torres ve Momsen'e göre (2005), turizm bölgede yeni istihdam olanakları oluşturmaktadır. Ancak, yüksek maaşlı devamlı işlerde çalışanlar genellikle beyaz *mestizos* ise, "Mayalar bölgedeki istihdam hiyerarşisindeki en düşük basamakta yer almakta, daha az arzu edilen geçici ve mevsimsel işleri yapmaktalar..." (Monsen & Torres, 2005; Willett, 2007).



Ekonomik gelişimin, etnik turizme negatif etkileri de olabilmektedir. Bunun örneklerini Li Yang doktora tezinde (2007) anlatmıştır. Etnik kültürün metalaştırması ile oluşan turizm gelişimi azınlıklar arasında modernleşme söylemini hızlandırmaktadır. Azınlık kültürü, radikal değişim sürecinden geçerken ekonomik kalkınma ve modernleşme sürecinde büyük tehdit ile yüzleşmektedir. Geleneksel Dai evleri yok olurken, çoğu Dai köylerinde yaban mimarisi (beton veya tuğla evleri) hızla artmakta ve çevresindeki uzun bacak bambu evleri ile çarpıcı bir zıtlık oluşturmaktadır. (...) Ekonomik kalkınma ve kültürel geleneklerin korunması arasındaki çelişkilerin çoğu, turistik köylerde yoğunlaşmıştır. Geleneksel evler yok olmakla beraber, etnik köylerin Han ziyaretçilerinin egzotizm duyguları da kaybolmaktadır. Bunun sonucu da, turist sayısında önemli düşüş olmaktadır.

Pan'a göre(1994), etnik turizm manzara turizmine göre yerlilere direk faydalar sağlamaktadır. Manzaralı bölgeler yerlilere hediyelik eşya satış yerleri ve diğer faaliyetler için yerler sunsa bile, Batılıların güzergâhları üzerindeki büyük mağaraları ve şelaleleri olan sitelerdeki durum gibi değerli geçim kaynağı olan arazileri olan bölgelerde büyük arazi ve kaynak miktarlarına engel olmaktadır. Qiandongnan'da, Wuyang Gorge ve Yuntai Dağında yerliler için yakacak odun için ağaç kesmek yasaktır. Onlar, buna rağmen yamaçları silen erozyonlu ve nehri çamurlaştıran dik yamaçların geçidi üzerinde bunu yine de yapmaktadırlar. Bu eylem, onları hükümet ile direk çatışmaya sokmakta ve turizmden uzaklaştırmaktadır. Hükümet ile bu tarz çevresel çatışmalar etnik turizm köylerinde olmaktadır (Oakes T. S., 1997, s. 43).

### **1.2.1.2 Sosyo-kültürel Etkiler**

Roney'ye göre(2011, s. 112), literatürde turizmin olumsuz sosyal ve kültürel etkileri, çoğunlukla turist gönderen gelişmiş ülkeler ve turist kabul eden az gelişmiş ülkeler bağlamında ele alınarak tartışılmaktadır. Gelişmiş ülkelerden gelen turistler gittikleri ülkelerde etnik olarak saf, geleneksel kültürünün korunduğu el değmemiş bölgeleri ararken, bu toplumların sosyal yapılarını ve kültürel kimliklerini çoğu kez olumsuz yönde etkilemektedirler. Turizmin olumsuz sosyal etkileri aşağıdaki başlıklar altında özetlenebilir:

## 1. Kùltürün metalaşması:

Turistik ürünün bir parçası olan bir bölge veya ÷lkeye ait kùltürün turizm piyasasındaki talep nedeniyle zaman içinde bir metaya dönüşmesi turizmin başlıca olumsuz sosyal ve kùltürel etkilerinden biri olarak kabul edilir (Greenwood D. , 1989), (King & Stewart, 1996). Örneğin, yerel danslar turistler için para karşılığında sergilenen bir gösteriye dönüştüğünde, artık sahte / yapay bir nitelik arz eder. Benzer şekilde yerel müzik aletleri turistler tarafından satın alındığında anlamı ve işlevi değişerek sadece bir hediyelik eşyaya (souvenir) dönüşür. Ayrıca metalaşma süreci içinde kùltür ürünlerinin bizzat kendileri de turistlerin zevkine göre yeniden şekillenecektir. Söz gelimi danslar değiştirilecek ve belki de kısaltılacak; el sanatlarında kullanılan malzeme ve renkler farklılaşacaktır (Cohen, 1988).

Akova(2006) ve birçok yazar, geleneksel sanatların aşamalı olarak yok olduğunu ya da sahteleriyle yer değiştirdiğini belirtmektedir. Kùltürün metalaşması ve bozulması meydana gelen diğer bir aksaklıktır (Haralambopoulos & Pizam, 1996).Bu gibi turist ve yerel toplum arasındaki kùltürel farklılıklar ve satın alma gücü yerel toplum üzerinde kùltürel ve sosyal çatışmanın olmasını sağlamaktadır (Tosun, 2002). Bunun sonucunda bozulmanın bir sonucu olarak geleneksel aile değerlerini menfi yönde etkileyerek, olumsuz kùltürel etkiler de oluşturabilmektedir(Kousis, 1989).

Britton'a göre(1991), turizm ile ilişkili "yer metalaşması" "takdir, anlayış ve özellikle anlam derinliği en gerçek anlamda yeni tarz yüzeysellik ile değiştirilen basitliği üretmekte: duygu derinliğinde kaybolma, anlam veya anlayış, geçici neşe, parıltı, belirli coşku türleri ve duyguların yoğunlukları ile telafi edilmektedir". "Bu basitlik Batı'ya yönelik kùltür homojenleşmesine neden olmayabilirken", Britton, ticari turizm gelişimi ile otantik yer kimliğinin kaybolmasını açıkça varsaymaktadır.

Martin'e göre(2008), otantiklik ve turizm gibi konular hem yerliler hem de turistler için aynı seviyede önemlidir ve ikisi arasındaki ilişki birbirine bağlı ve tarihi olarak rastlantısal bir sınırdan oluşmaktadır (Deery, Jago, & Fredline, 2012).

## 2. Gösteriş etkisi:

Gösteriş etkisi tüketicilerin gelirlerinde bir artış olmamasına rağmen, sosyal konumlarını olduğundan daha yüksek göstermek amacıyla, fiyatı daha yüksek ve markalı malları satın almalarını ifade eden (ve iktisat literatüründe Veblen etkisi olarak anılan) bir kavramdır. Turizmin sosyal yapı üzerindeki önemli bir etkisi, yerel halkın turistlerin kendi toplumlarıyla bağdaşmayan tüketim kalıplarını ve farklı hayat biçimlerini taklit ederek içselleştirmeye çalışmaları, yani gösteriş etkisidir. Gelişmiş ülkeler ve azgelişmiş ülkeler arasındaki ekonomik ve sosyal farklılıklar fazla olduğundan, gösteriş etkisi azgelişmiş ülkelerde daha belirgin bir sorun olarak ortaya çıkar. Turistlerin doğal olarak tatilde daha rahat davranmaları, genellikle yerli halk tarafından yanlış anlaşılmasına neden olur. Göstermiş etkisi özellikle gençlerde daha yaygın olarak görülür. Daha çok para kazanma şansına ve özgürlüğe sahip olacaklarını düşündükleri için, geleneksel üretim faaliyetlerinden vazgeçerek turizm endüstrine yönelirler. Bu durum kırsal alanlardan kentsel alanlara ve kimi zaman da başka ülkelere doğru bir göçe yol açarak, geleneksel aile ilişkilerinde bir değişime ve dolayısıyla kuşaklar arasında gerginliklere yol açar (Wall & Mathieson, 2006).

McNaught (1982), turizmin yerliler üzerindeki istenmeyen gösteriş etkisinden daha önceden bahsetmiştir. Fisher'e göre(2000), üç çeşit taklit dikkate alınmalı: taklit, yanlış taklit ve sosyal öğrenme. Araştırmacılar, "yerel insanların turistlerin tüketim alışkanlıklarını doğru veya yanlış taklit yapıp yamadıkları" veya yerel insanların farklı davranış modelleri izledikleri ve yerel koşullara ve kültüre uyarlanıp uyarlanmadıklarını düşünmelidirler (Fisher, 2000). Turistlerin bakışına göre destinasyon sakinlerinin değişim refleksi vardır(Maoz, 2005), (Volkman, 1990). Yine de cevap olarak, onlar turistik sitelere gelen turistlerin kendi ziyaretlerinin değerlendirmesini belirlemede yardımcı olan kısmen azınlıkların kültürüne dayalı çevreyi oluşturmaktadır. Gözlemci ve gözlenmiş olan arasındaki süreç etkileşimli ve tekrarlayıcıdır(Yang, Ryan, & Zhang, 2013, s. 46).

### 3. Turizm ve yeni-sömürgecilik:

Turizmin yeni bir sömürü biçiminin oluşmasına yol açtığını düşünen Lea (1988) ve Harrison (Harrison, 1992) gibi kimi araştırmacılar, yerli halkın turiste karşı olumsuz tavrının kökeninde turizmden elde edilen gelirin eşit bölüşülmemesinin

yattığını öne sürmektedirler. Uluslararası turizm piyasalarının yapısı içinde büyük turizm işletmelerinin sahiplerinin veya yöneticilerinin genellikle yabancılar olması, küçük bir grubun dışındaki yerli halkın turizm gelirlerinden yeterince pay alamaması turizme ve turistlere karşı olumsuz bir tutuma yol açmaktadır. Pek çok az gelişmiş ülkede turizm endüstrisindeki ücretler tarım gibi geleneksel sektörlerdeki ücretlerden daha fazla olmakla birlikte, iş olanaklarının dönemsel olması ve daha çok niteliksiz işgücünün talep edilmesi, ücretlerin kayıt dışı tutulmasına ve düşük olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla turizmin zengin yabancılara hizmet ettiği, fakat yoksul yerel halkın kendilerinin bu hizmetten yararlanmadığını bir sömürü biçimi olduğu düşünülmektedir (Roney, 2011, s. 114).

Willet (2007) doktora tezinde etnik turizmdeki sömürü etkisinden bahsetmektedir. Birçok durumda yerel kimliğin temsilcileri "yerliler" hakkında olumsuz önyargı oluşturmuş ve sömürgeci, yerlinin altta olma meşruluğunu yeniden kurmuştur. Örneğin, Crystal (1989) ve Adams (1990), Endonezya'daki Suwalesi'nin Toraya'sı kutsal cenaze törenleri topluluğun kızgınlığa yol açmış, giderek turizm ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yolları vurgulamışlardır. Bunun sonucu olarak, 1987 yıllarında topluluğun bir kısmı geçici olarak turistleri reddetmişlerdir. Başka bir örnek, hızlı turizm gelişimi tarafından yerel geleneklere yıkıcı değişiklikler getirilen Ladakh, Hindistan'da bulunmaktadır. Goering'e göre (1990) tatildeki yabancı turistleri gözlemleyerek, Ladakhlılar "Batı'nın" tüketim malları cenneti olduğuna inanmışlardır. Sonuç olarak, aşırı iç çatışmalara yol açarak gençler ailelerin düşüncelerine karşı çıkmaya ve her ne "modern" olarak görürlerse sahiplenmeye başlamışlardır (Goering, 1990).

Bununla birlikte, topluluğun ayrışmasının engellenmesinin, gelenekleri değersizleştirilmesinin, insanlara gereğinden fazla stres yaratmasının önüne geçilmesi için Turizm stratejilerinin gerekmektedir. Maalesef sık sık bu tarz detaylarla uğraşırken, söz konusu pazarlama düşüncesinin dışına çıkılmaktadır. Bu şartlar altında ev sahibi kültürü üzerinde uygun olmayan talepler beklenir veya bu taleplerin etkileri beklenen ve ölçülü değilse sorunlar çıkabilir. Mosuo örneğinde, büyük oteller ve farklı turizm etkileri kültüre tesir etmektedir. Bu kaçınılmaz olabilir iken, insanlar seçenek istemektedirler. Topluluğun zayıflamaması ve teşvik edilen

ekonomik faaliyet sürecinde zarar görmemesi için dikkatli olunması gerekmektedir. Kısacası, turizm pazarlamacıları müşterilerin taleplerine sunulan teklifleri ayarlarken cevap vermek için genellikle rahat hissetmektedirler. Öyle ise bunu yaparken, bu stratejik manipülasyonların ev sahibi topluma karşı uygun ve saygılı bir şekilde yapılması için çaba göstermek gerekmektedir (Walle, 2011, s. 62).

#### 4. Turizmin ahlaki değerler ve davranışlar üzerindeki etkisi:

Turizmin ahlaki değerler üzerindeki olumsuz etkileri konusunda çok sayıda çalışma vardır. Yapılan araştırmalar seks işçiliğinin ve suç işleme oranının artması, organize kumarın yaygınlaşması gibi olgularla turizmin gelişimi arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir (Roney, 2011, s. 115).

## **1.2.2 Yerel Halk Üzerine Olumlu Etkiler**

### **1.2.2.2 Ekonomik Etkileri**

Pek çok araştırma etnik turizmin ekonomik yararlarını öne çıkartmaktadır. En yaygın ekonomik faydaları olarak, daha yüksek gelir, daha fazla istihdam olanakları ve daha yüksek hayat standartları görülmektedir. Bölgenin Marjinal grubu, kültürünü turistlere pazarlarken, istihdam yaratma ve girişimcilik fırsatları aracılığıyla ekonomik olarak kendi pozisyonu geliştirebilmektedir (Berghe v. d., 1992), (Yang & Wall, 2009).

Turizm aracılığıyla artan ekonomik kalkınma, yerel geçim kaynaklarını geliştiren ve etnik azınlıkların ekonomik bağımsızlığını teşvik eden etkili bir yol olarak hükümet tarafından desteklenmektedir (Eng, 1998). Turizm ekonomik ve kültürel kalkınmanın temel araçlarından biri olarak öngörülmektedir. Turizm en belirgin ekonomik faydası, kalkınmasının itici bir gücü olmasıdır (Jackson, 2006), (Yang & Wall, 2009).

Var olan bilimsel literatür, yerel halkın turizm endüstrisine katılmasına veya katılmamasına dayanarak turizmin sosyo ekonomik etkisi üzerinde durmuştur (Li W.

J., 2006). Genellikle, yerel topluluklar turizm endüstrisine, özellikle karar verme süreçlerine önce katılmışsa, bunun etkisi yerel halkı güçlendirebilmekte ve fayda sağlayabilmektedir (Brohman, 1996), (Hampton, 2005), (Milne, 1987), (Scheyvens, 20002), (Ishi, 2012, s. 296).

Lisa Hiwasaki makalesinde (2000, s. 398), Japonya'da yaşayan Ainu etnik azınlık grubundan bahsetmektedir: "Ekonomik olarak turizm, bazı Ainulara hayatta kalma olanağı sağlamaktadır. İlk olarak bazı Hokkaido bölgelerinde yaşayanlar Ainulara, özellikle turistik köylerdekilere, turizm sayesinde yiyecek getirmektedir. Kayano 1940 yıllar sonlarında Ainu ahşap oymaları yapmaya başladığında, 1950 yıllar sonlarında dağlarda ücretli işçi olarak çalışmaktan daha fazla para kazanmıştır. Hokkaido Valiliği tarafından yapılan araştırmaya göre, Ainu nüfusun %5,2'si folklorik sanatlar üretimine katılmakta, bunun sırasında %8,2'sionu satmakla uğraşmaktadır. Böylece, yaklaşık olarak Ainuların %13'ü turizmden geçinmektedir. Turistik merkezlerine büyük sayıda turist akını olmadan, Ainular geçinmek için başka ekonomik alanlara yönelmek zorunda kalırdı."

Turizm, gelir ve istihdam kaynağı olmanın yanı sıra, bölge halkı için bir refah ve gelişme ortamının da kaynağı olma özelliğini taşımaktadır (Ritchie & Crouch, 2003). Ülkede olan turist hareketliliği nedeniyle, o bölgenin vatandaşları, toplu ulaşım sistemlerinde yüksek standartlara, elektrik, su vb. alt yapı hizmetlerinde üstün bir seviyeye ve belki de başka bir şekilde sahip olmayacakları alış-veriş ve eğlence merkezlerine kavuşurlar. Turizm, ekonomik yapının çeşitlenmesine ve ülkede/bölgede diğer sektörlerin gelişmesine, niteliksiz ve belirli bir vasfa sahip olmayan işsiz insan kaynaklarını azaltarak, uygun bir ortam hazırlamaktadır (Barutcuğil, 1989), (Bahar & Kozak, 2005, s. 36).

Ancak, yerel nüfusların, ekonomik faaliyetlerinin akışlarını şekillendirme güçleri olması demek, ekonomik büyümenin kendi toplulukları içinde oluşturulmuş olması demektir. Deitch (1989), Güneybatı Birleşik Devletlerden bir örnek sunmakta: turizm parasının yeni akını, ince dokumalar ve kilimler, çömlekçilik, sepetçilik, boncuk yapımı ve takılar gibi yerli Amerikan üretimi için Rönesans yaşatmıştır. Deitch'e göre (1989), Güney batılı el işçiliği canlanması Kızılderililerin

kimlik ve mirasıyla gururlarının güçlendirilmesine katkıda bulunmuş ve "büyük ihtimale en önemlisi", yerel gelir, kent merkezlerine doğru olan göçün yavaşlamasını sağlamıştır(Willett, 2007).

Fakat turizm kalkınması için ekonomik olarak turizm aktivitelerindeki tüm çalışanların fayda, ücret ve kariyer seviyelerine faydalar sağlamak mümkündür (Mowforth ve Mundt, 1998). Örneğin, Ermete (1996), İstanbul'da 1960 yıllarında Hilton ve 1970'lerde Sheraton otel işletmeciliğinde yerlilerin eğitimi sağlayan istihdam politikasını desteklediğini söylemektedir. Bugünlerde, çoğu Türk dinlenme tesislerindeki en üst düzey ve iyi ücretli otel yöneticileri Hilton ve Sheraton'un eğitim programlarından geçmişlerdir. Bu, yerel otel çalışanlarını kendi toplumunda lider yapmıştır (Kusluvan ve Karamustafa, 2001; Willett, 2007).

Li Yang (2013, s. 718), Yunnan vilayetinde, Çin'de yaşayan Mosuo etnik topluluğunun etnik turizme girmesinden sonra hissedilen ekonomik faydalardan bahsetmektedir. Ekonomik avantajı, azınlıkların turizme girmesine itici bir güç oluşturmuştur. Çoğu köylüler için, turizm ilk olarak geçimlerini sağlayan iyi bir yol olarak görülmektedir. Misafir evleri ve restoranlar, etnik kıyafet ve el sanatına dayalı hediyelik eşya üretimi ve satışı gibi turistik servisler, yerel köylüler için gelirlerinin önemli bir kaynakları olmuştur. Geçinmelerini sağlaması ve modern yaşam tarzı arayışı yerliler için büyük ilgi konusudur.

Li Yang doktora tezisinde (2007) Çin etnik turizminin olumlu ekonomik etkilerinden bahsetmektedir. Günümüzde Çin çevresinde seyahate izin verilirken ve yabancılara Çin'e girişler serbest iken, azınlık kültürleri potansiyel turistleri için önemli bir yönlendirici olarak görülmektedir. Hükümet, bu yeni algıya cevap olarak azınlıkların turizm kalkınmasını teşvik eden etnik koşullarını geliştirmiştir. Turizm, Çin etnik toplulukları kalkınması için en umut verici endüstrilerden biri olmuştur (Swain M. , 1993). Turizm endüstrisi, azınlıkların kültürleri etrafında önemli ölçüde geliştirilmektedir.

Örneklerin gösterdiği üzere, turizm teşviki yerel ve ulusal ekonomik yapıları etkileyebilmektedir. Ancak, bu değişimler herhangi bir şeyi ifade eden dış görünümdür. Bazı durumlarda, turizm yerel çevrenin yok olmasında katkıda

bulunmuştur ve yerel toplulukların ekonomik istismarını desteklemiştir. Diğer durumlarda, yerel ekonomileri ve göçün temellerini değiştiren yeni ekonomik faaliyetler olarak kullanılmıştır. Görünenin aksine, bütün bu durumlarda sadece bireyler arasında ekonomik etkileşimleri oluşturan durumları kontrol eden güç olarak yer almamakta, aynı zamanda bu durumları oluşturmak için yapıyı ve ekonomik akışın yönünü çizen gücün kendisi olmaktadır (Willett, 2007).

### **1.2.2.3 Sosyo-kültürel Etkileri**

Roney'ye göre (2011, s. 111), turizm birçok ülke ve bölgede ailenin modernleşmesini sağlamış, kadına yeni bir konum sağlamış, ulusal önyargıların azalmasına neden olmuştur. Bölgesel kültürlerin ve popüler sanatların gelişmesi, müzelerin açılması da turizmin olumlu etkileri arasında sayılır. Arkeolojik eserlerin ve dini yapıların çoğu turizm nedeniyle yıkımdan kurtarılmıştır. Weaver ve Oppermann (2000) turizmin sosyal ve kültürel faydalarını üç grupta özetler:

#### **1. Kùltürler arasındaki karşılıklı anlayışın ve hoşgörünün gelişmesi:**

Turistler ile karşılaşırken, bölgedeki insanlar başka kùltürlerle tanışmakta, yeni arkadaşlıklar kurulmakta ve turistlere yardım edebilmek için yeni bir dil öğrenmektedirler. Bu, insanların dünya hakkında yeni şeyler öğrenmesini sağlamak ve onların ufuklarını açmaktadır.

#### **2. Kùltürel mirasın değerinin farkına varılarak korunması:**

Turistlerin bir ülkenin tarihi eserlerine gösterdiği ilgi yerel halkın belki de daha önce farkına varamadığı kùltürel değerlerine sahip çıkarak, onları korumasını sağlar. Turistlerin ören yerlerini gezmek, müzelere girmek için ödediği ücretler ve ayrıca diğer turizm faaliyetlerinden kazanılan gelirler kùltürel mirasın korunması için maddi kaynak yaratır. Benzer şekilde yerel danslar, giysiler, el sanatları ve mutfaklar da canlılık kazanır (Roney, 2011, s. 112).

Örneğin, Alaska'da "Eskimo" kùltürü, günümüzde ekonomiye katkı sağlayan turistler için etnik ürün ve turistik çekicilik sunmaktadır. Smith'e göre(1989), Eskimo etnikliğinin ticarileştirilmesi Eskimo Kùltürünün Rönesans'ına katkıda



bulunmuştur. Ciddi miktarları ödeyip Arktik'i ziyaret etmeye ve Eskimo hayat tarzını görmeye hazır turistler arasında kendi kültürünün büyük bir önem taşıdığını Eskimolara göstermiştir. Böylece turizm bu yüzyılın erken yıllarında kaybolmuş etnik gururu yeniden teyit etmektedir(Smith V. , 1989).

Turistler ve turizm endüstrisi ile etkileşim Bali'nin etnik kimliğinin kavramında merkezi bileşeni oluşturmakta ve turist kitlelerinin ortaya çıkması, çoğunlukla Balililer tarafından kendileri kültürünün devam eden otantikliğinin kanıtı olarak belirtilmektedir (Picard, 1995). Hatta Picard (Picard, Bali: Cultural Tourism and Touristic Culture, 1996), "turistik kültür" kavramının Bali dilinde (*budaya wisata*) zaman içinde Bali'nin kitle iletişim araçlarında Bali toplumu için tehditten, çağdaş Bali'nin bir özelliği olmaya doğru kaydığını vurgulamaktadır(Wood R. E., 1998, s. 228).

Japonya'da "Kültürel Özellikleri Koruma Kanunu" ve "Festival Kanunları" yerel kimlikleri teşvik etmek ve turizm endüstrisini canlandırmak için tasarlanmıştır(Hashimoto, 1998). Hashimoto, bu kanunların yerel topluluklara geleneksel ve bölgesel kültür olarak halk sahne sanatları tanıtma fırsatı yarattığını savunmaktadır. Ona göre, bu kanunlar, belirli bir otorite ile halk sahne sanatlarına yapılan yatırımla ve yerel topluluklar ve halk arasında kendi değerinin farkındalığının desteklenmesiyle beraber, bilinçsiz yapılan orijinal geleneksel uygulamaları, bilinçli olarak gerçekleştiren spesifik anlam ve hedef içeren bir şeye dönüştürmüştür (Hashimoto, 1998). Burada bir kez daha, halkın sahne sanatlarına katılımı ile birlikte yerliler performans yönünden bilinçlendiler ve bu performansları pozitif yerel kimliklerini şekillendirmeye yardımcı olarak kabul ettiler(Willett, 2007).

Turizmle ilişkili ticari ve kültürel entegrasyonun süreci yerel kimliği mutlaka parçalar veya düz ve otantik olmayan hale getirmez, bunun yerine devam eden yerel kimliğin canlanmasında önemli bir faktör olur. Bu süreçler yerel kimliğin göreceli izolasyonundan ziyade, siyasi, ekonomik ve kültürel süreçlerin bütününe göre yapılmaktadır. Turizm, Çoğu Asya bölgelerinde yerel kimlik ifadelerine ve yer duygusuna yeni koşullar ekleyerek, hızla daha geniş süreçlerin güçlü bir örneği

olmuştur. Hatta yerliler, turizm sınırlarında sahip çıktıkları yerel kimlik çerçevesinde turistik deneyimi uygun görmeyi hızlıca öğrenmişlerdir (Oakes T. S., 1997).

Etnik turizmin kültürel etkileri otantiklik konuları ile yakından bağlantılıdır. McCannell'in turizm çalışmalarında (1973), (1976) yer alan kavrama göre, ekonomik faydalarından dolayı motive olmuş ev sahibi topluluk, turistleri, "sahte turistik bilinci" oluşturan, değiştirilmiş turistik çekicilikleri "otantik" olarak kabul etmeleri için yanlış yönlendirmektedir. Bazı durumlarda, turistler hevesle sahne arkası (hakiki veya yapmacık olmayan) deneyimler aramaktalar. Bu yüzden otantikliğin taleplerini karşılamak için, ev sahipleri kendi kültürleri daha çekici veya ulaşılabilir göstermek için sahnelenen otantik sunumları düzenlemektedirler. Bazı turistler memnun kalmasa bile, bu sahnelenen sunumlar çoğu turistleri tatmin ederek ve onların kültüre daha derin girme ihtiyacını azaltarak, topluluğu istenmeyen sosyal etkilerden koruyabilmektedir. Bu nedenle, bazı durumlarda sahnelenen olaylar, turizmin kültüre zarar vermesinden veya geleneksel köylerinde büyük turist kitlelerinden oluşan istenmeyen sosyal etkileri yaratmasından koruyabilmektedir (Yang & Wall, 2009, s. 562).

Etnik turizmin Lugu Gölü, Yunnan, Çin'de yaşayan Mosuo etnik topluluğu üzerindeki etkileri araştıran Yang (2013, s. 719), bölgeye turizmin gelmesiyle beraber Mosuo kültürünün canlanmasını vurgulamaktadır.

"Mosuo kimliği gösterileri yapmak, köy hayatının önemli bir parçası olmuştur. Geleneksel Mosuo elbiseleri Mosuo kimliğin esas sembolü, turizmde bütün çalışanların mecburi elbisesi olmuştur. Köy turizmi teşvik etmek amacıyla, köy komisyonu, turizm ile faaliyet gösteren herkesin Mosuo elbiseleri giymeleri ve Mosuo olarak kendileri sunmalarını gerekli görmektedir.<...>Mosuo kostümü, Mosuo kültürünün turistik sunumu içinde bir iş üniforması olmuştur. Köylüler, ziyaretçilerin tur rehberleri, satıcıları ve diğer turizm çalışanları Mosuo kıyafetleri içinde gördükleri anda otantiklik duygusunu aldıklarına inanmaktadırlar. Hatta köyde turizmin yüksek talepleri nedeniyle daha fazla giyim mağazası ortaya çıkmıştır. <...> Müşterilerin çoğu yerel insanlardır. Mağazaların sahipleri geleneksel elbiseleri yeniden tasarlanmış ve milli kostümünün popülerliğini arttırmışlardır. Değiştirilmiş

Mosuo kostümü, yeniden oluşturulmuş, turistik amaçlardan dolayı teşvik edilmiş ve etnik kimliğin ayırt edici göstergesi olmuştur."

### 3. Toplumsal refah ve istikrarın teşvik edilmesi:

Refah düzeyi yüksek olan toplumlarda (diğer koşulların aynı olduğu varsayımı altında) sosyal huzursuzluklar ve politik ayaklanmaların yaşanma olasılığı diğerlerine oranla daha azdır. Dolayısıyla turizmin, bir ülkenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunduğu oranda, toplumsal istikrarın sağlanmasına yardımcı olduğu söylenebilir (Roney, 2011, s. 112).

Turizm tarafından uluslararası pazarına yansıtılan kültürel kimlik, eşzamanlı ulusal yapının süreci ile alakalıdır. Turizm unsurları aynı anda milliyetçiliğin bileşenleridir: yer ile tanımlanması, ortak tarihi duygusu, kültürel mirasının canlanması, sosyal grupların ulusal entegrasyonudur. Turizm, ulusal varlık farkındalığı geliştirirken, bazı yerel ve spesifik gruplara ayrıcalıklar vermektedir. Birçok sayıda kültürel, tarihi ve coğrafi formlarından devlet, turizm için birkaç tanesini ayırmaktadır. Bu tarz seçicilik, teşvik edilen ve sevilen bir kültürel grubun diğer unutulmuş ve ihmal edilen grubun iç çatışmalarıyla sonuçlanmaktadır (Leong, 1997). Bu yüzden devlet seçici davranmamalı ve eşit bir şekilde toplumsal istikrarın teşvik edilmesini sağlamalıdır. Benzer seviyede kültürlerin temellerini koruyabilmiş yerel gruplar eşit olarak ulusal entegrasyonda yer almalı ve turizmden fayda görebilmek için engelle karşılaşmamalıdır.

## II BÖLÜM

### 2. LİTVANYA'DA TURİZM VE KARAY TÜRKLERİ

#### 2.1 Litvanya Ülke Profili

##### 2.1.1 Litvanya'nın Demografik Yapısı

Litvanya İstatistik Departmanı tarafından 2011 yılında gerçekleştirilmiş genel nüfus sayımı verilerine göre, Litvanya'da 154 çeşit millet insan yaşamaktadır. Ülkenin bugünkü nüfusu 2.980.000 kadardır. Bu nüfusun %84,2'si etnik olarak Litvan'dır. Ülkede oldukça büyük azınlıklar vardır: %6,6 Leh, %5,8 Rus, %1,2 Beyaz Rus, %0,5 Ukraynalı ve %0,6 diğer(Lietuvos Statistikos Departamentas, 2013). Ülkenin en büyük azınlığı Lehler oluşturur ve ülkenin güneyinde yoğunlurlar (Vilnius bölgesinde). Ruslar, en büyük ikinci azınlıktır, ülkenin iki büyük kentinde yoğunlaşmışlardır ( Vilnius ve Klaipeda'da).

Litvanya'da yaşayan Türk kökenli azınlıklar sayıları az olmakla beraber Karay Türkleri (241 kişi) ve Tatarlardır (2793 kişi). Tatarların önemli bir kısmı başkent Vilnius'a 40 km uzaktaki 'Kırk Tatar' isimli köyünde (Keturiasdešimt Totorių Kaimas) yaşamaktadır. Karaylar ise, ülkenin eski başkenti Trakai ve çevresinde yerleşmiştir(Lietuvos Statistikos Departamentas, 2013).

##### 2.1.2 Dil

Litvanya'nın resmi dili Litvancadır. Günümüzde dünyada yaklaşık 4 milyon insan Litvancayı ana dili olarak konuşmaktadır. Litvanca, yaşayan en eski Hint-Avrupa dillerinden biridir. Ayrıca Hint-Avrupa dillerine özgü ve Sanskrit, Latince ve Eski Yunancaya benzemektedir. Litvanca Baltık dilleri grubuna aittir. Litvanya, Letonya ve Estonya üç Baltık devleti olarak adlandırmasına rağmen, Baltık dillerini sadece Litvanlar ve Letonlar konuşmaktadır. Alfabeti 32 tane harften oluşmaktadır.

Tarih boyunca Litvanca çeşitli işgallerinden dolayı zor dönemler yaşamıştır. Lehistan -Litvanya Birliği'ni zamanında Lehçe'nin büyük etkisi altında kalmış, Rusya İmparatorluğu'nun işgali zamanında Latin harfli Litvanca 40 sene tamamen yasaklanmıştır. Litvanca, buna rağmen yok olmamış ve günümüzde Hint-Avrupa dilleri araştırmacılarına sağlam bir temel oluşturmaktadır (Oficialus Lietuvos Interneto Vartai, 2015).

### **2.1.3 Din**

2011 verilere göre, Litvanya'nın % 77,23 Roma Katolik Kilisesi'ne bağlıdır. Ortodokslar ise, ikinci büyük dini topluluğudur (%4,11) ve Rus azınlığı arasında yaygındır. En küçük dini topluluk Karaylardan oluşmaktadır (%0,01) (Lietuvos Statistikos Departamentas, 2013), Evangelist Luteryen, Evangelist Protestan, Eski Baltık Dinleri, Yahudilik, Budist, Sünni İslam ve diğer dini toplulukları var olmaktadır.

Eski Litvan gelenekleri ve folkloru Avrupa ulusal mirasından farklı olup, Litvanya'da Baltık mitolojisine ve Hıristiyanlık öncesi yaşam tarzına bağlı ilişkiler hala hissedilebilmektedir.

### **2.1.4 İklim**

Litvanya'da tam anlamıyla dört mevsim bulunmakta ve gerçek güneşli ilkbaharı, sıcak yazı, uzun ve ılık sonbaharı ve sert kışı hissetmek mümkündür.

Litvanya'nın iklimi, deniz (ılıman) ve oransal olarak hafif karasal iklim arasındadır. Ortalama yıllık hava sıcaklığı 6,5-7,9 C<sup>°</sup>dir. Ülkenin en sıcak ayı Temmuz'dur ( ortalama sıcaklığı 19,7 C<sup>°</sup>, en yüksek - 30 C<sup>°</sup>den fazladır), en soğuk - Ocak'tır ( ortalama sıcaklığı -2,9 C<sup>°</sup>dir, ama -30 C<sup>°</sup>ye kadar inebilmektedir).

En yüksek yağış oranı sahip aylar - Nisan ve Ekim ayları arasında yer almaktadır. Bu dönemde ülke, yılın % 60-65 yağışı almaktadır. Ülkenin kıyı bölgelerindeki yıllık yağış ortalaması 800 mm'dir. En çok yağış alan kuzey

bölgelerinde ise bu oran 900 mm'ye kadar yükselir. Ülkenin doğusu yıllık ortalama 600 mm yağış alır. Kar, ülkede yer yıl ekim ve nisan arasında görülür. Ülkenin doğusunda seyrek olarak güçlü fırtınalar görülür, ancak kıyı bölgelerinde fırtınalar yaygındır.

### 2.1.5 Coğrafi Yapısı

Litvanya – Baltık Denizinin kenarında bulunan küçük bir Orta Avrupa ülkesi, üç Baltık Devletinden biridir. Toprak ölçümü açısından (65 302 km<sup>2</sup>) İrlanda'ya benzemektedir. Doğu'dan Batı'ya kadar Litvanya toprakları 373 km olmakta, Kuzey'den Güney'e kadar 276 km olmaktadır.

Litvanya, Kuzeyden Letonya (sınır uzunluğu 588 km), Güneydoğudan Beyaz Rusya (sınır uzunluğu 660 km) ve Polonya (103 km), Batısında Rusya egemenliğindeki Kaliningrad (273 km) ile sınır komşusudur. Deniz aşırı olarak ise; Baltık Denizi'nin karşısında bulunan İsveç ile komşudur. Litvanya'nın deniz sahili uzunluğu yaklaşık 100 km'dir.

Dümdüz bir ülke Litvanya'nın *Aukštojo kalnas* - en yüksek tepesi 293,8 metredir. Litvanya'da dağ bulunmamaktadır(Officialus Lietuvos Interneto Vartai, 2015).

Litvanya topraklarının yarısından fazla tarıma uygundur. Ülke içinde karmaşık olarak yayılan ormanlıklar ülkenin yaklaşık % 33'ünü kapsamaktadır. Litvanya'da kişi başına düşen orman alanı – 0,64 ha'dir. Bu rakam Polonya'dan 3 kat, Almanya'dan 5 kat daha yüksektir. Litvanya karışık orman bölgesinde oluşu için en çok karışık orman bulunmaktadır. Litvanya ormanları mantar, orman meyvesi, av hayvanları ve kuşları ile zengindir.

Litvanya sıklıkla göller ve nehirler ülkesi olarak adlandırılmakta, çünkü toprağın %4'ü sudan oluşmaktadır. Nehir ve dere toplam sayısı 22 200 iken, 2830 tane göl bulunmaktadır. Toplam nehir ve dere yatağı uzunluğu 76,8 bin km'dir. Ülkedeki en uzun nehri - *Nemunas Irmağı*'dir. En çok göl bulunduran Baltık

Yaylaları'nın kuzeydoğusundaki bölgesinde toprağın % 10'u göllerden oluşmaktadır. Bu bölgede büyük *Zarasai*, *Molėtai* göller oluşumları yaygındır. En az göl olan ülkenin güneydoğusudur. Göllerin çoğu büyük değildir (göllerin yarısı - 5 ha'dan daha küçük). Ancak ülkenin 160 tane gölü 100 ha'dan daha büyüktür. Litvanya'nın en büyük gölü - 368 mln km<sup>3</sup> su içeren *Drūkščiai*'dir (büyüklüğü - 4480 ha, 250 ha Beyaz Rusya'ya aittir). En büyük göl havuzu (1363 km<sup>3</sup>) *Sartai* gölü'ne aittir. *Tauragnų* gölü derinliği 60,5 m olan en derin gölü olarak bilinmektedir. Litvanya göllerinin toplam su miktarı 5,2 milyar km<sup>3</sup>(Turizmo Plėtros Institutas, 2001)

### 2.1.6 Litvanya Kentleri

**Vilnius**, Litvanya'nın başkenti, en büyük şehri ve en eski yerleşim yerlerinden biridir. Vilnius'ta yarım milyondan fazla insan yaşamaktadır. Şehir, XIV yy. Litvanya Grandükü Gediminas tarafından kurulmuştur. 1579 yılında Vilnius'ta üniversite açıldıktan sonra, Litvanya'nın başkenti bölgenin en önemli kültür ve eğitim merkezi olmuştur. Bütün dünyada iyi korunmuş meşhur Vilnius'un eski şehri UNESCO Dünya Mirası Kültür Listesi'nde yer almaktadır.

**Kaunas**, Litvanya'nın ikinci büyük şehridir. Litvanya'nın iki en büyük nehirlerin Neris ve Nemunas'ın kesişme noktasında bulunmaktadır. Şehrin tarihi XIII yy. yapılmış ilk taş kalesi ve o döneminin en büyük Litvanya'nın savunma kalesi ile başlamaktadır. 1920-1940 yılları arasında Kaunas Litvanya'nın geçici başkenti olmuştur. Kaunas'ta çok sayıda kültürel ve mimari anıt bulunmakta ve Kaunas'a yakın bir mesafede Litvanya Barok'un muhteşem bir örneği Pazaislis Manastırı görülmeye değerdir.

**Klaipėda**, Litvanya'nın üçüncü büyük şehridir. Liman şehri Klaipėda, donmayan ve bütün yıl çalışmaya devam eden limanı ile meşhurdur. Tarih boyunca önemli ticari merkezi olarak görülmektedir. Kayıtlara göre XIII yy. Klaipėda'yı Kuzey ve Batı'dan gelen tüccarlar ziyaret etmektedirler. Liman şehri eski mimari yapısı açısından diğer Litvanya şehirlerinden farklı olup daha çok Kuzey ülkeleri

şehirlerine benzemektedir. Bazı Klaipėda eski şehrindeki binalar fahverk mimari tarzının unsurları ve çağdaş mimarisinin unsurları taşımaktadır.

**Šiauliai**, şehri, *saulės* (güneşin) şehri olarak da adlandırmaktadır. Bu isim 1236 yılında gerçekleşmiş Saulės Savaşı'ndan gelmekte. Livonyalı Kılıç Kardeşleri'nin yenmesi ile meşhur bu savaş, Baltların topraklarının işgallerini bitirmiştir. Tarih boyunca şehir savaşılarından, yangınlardan ve vebadan acı çekmiştir. Aziz Petras ve Povilas Katedrali Rönesans mimari tarzında yapılmış ünlü Šiauliai şehrinin bir tarihi anıtıdır.

**Panevėžys** şehri Nevėžis nehri kenarında yer almaktadır. Şehrin ismi ilk kez 1503 yılında tarihi kaynaklarında geçmektedir. Devamlı savaşlar ve salgınlardan dolayı Panevėžys şehrinin gelişimi XIX yy. başlamaktadır.

**Tablo 2.Litvanya kentleri ve bu kentlerin nüfusları**

Sıra	Kent adı	Kişi sayısı
1.	Vilnius	526 356
2.	Kaunas	306 888
3.	Klaipėda	158 541
4.	Šiauliai	106 470
5.	Panevėžys	97 343
6.	Alytus	57 281
7.	Marijampolė	39 542
8.	Mažeikiai	36 278
9.	Jonava	29 679
10.	Utena	28 015

**Kaynak:** (Lietuvos Statistikos Departamentas, 2013).

### 2.1.7 Bölgeler

Litvanya birleşik devlet olmasına rağmen, XIII yüzyılda kurulmuş 5 tane etnografik bölgeden oluşmaktadır: *Aukštaitija*, *Žemaitija*, *Dzūkija* (*Dainava*),



*Suvalkija (Sūduva) ve Mažoji Lietuva.* Günümüzde bile bölgelere özgü lehçeleri, yaşam tarzları, beslenme ve zanaatları vardır. Hatta XIX yy. sonu - XX yy. başına kadar bu bölgelerde, giyim, çiftlik ve köy tarzlarında belli farklılıklar görülmektedir.

*Aukštaitija* Litvanya'nın Kuzeydoğusunda ve Kuzeyinde yer alan en büyük etnografik bölgesidir. Göller bölgesi olarak adlandırılan bu bölge, ormanları ve tepeleriyle meşhurdur. Aukštaitija bira üreticilerinin bölgesi olarak da bilinmektedir. Çok sayıda yerel bira üreticileri varken, bölgede büyük bir "Utena" bira fabrikası da bulunmaktadır. Çok sesli polifonik folklor şarkılarının (sutartinės) memleketidir. *Aukštaitija* bölgesinden gelen insanların eğlenceli olduklarını söylenmektedir.

Kuzeybatısında yer alan *Žemaitija* bölgesinin başkenti Telšiai şehridir. Eskiden zanaatkarları ile meşhurmuş, özellikle çömlekçilik çok yaygınmış. *Žemaitija* bölgesinden gelen insanların inatçı ve sadık olduklarını söylenmektedir. *Žemaitija* bölgesinin lehçesi Litvanca'nın en zor anlaşılabilir lehçesi olarak bilinmektedir.

*Dzūkija*, diğer isimle *Dainava*, en az bereketli ama en çok ormanı olan Litvanya'nın güneydoğusunda Nemunas ve Neris nehirleri arasındaki bölgesidir.

Eskiden olduğu gibi günümüzde de *Dzūkija*'nın en önemli geçim kaynağı - orman mantarları ve orman meyveleridir. Kurutulmuş, konserve veya taze orman mantarları veya meyveleri artık gurme ürünleri olarak Batı Avrupa'ya da satılmaktadır. Çömlekçilik, demircilik, ahşap oymacılığı ve siyah seramikçilik popüler zanaatların arasındadır. En çok şarkı söyleyen bölge olarak bilinmekte ve her törene özgü bir şarkı türüne sahiptir.

Litvanya'nın güney-güneybatısında yer alan bölgenin ismi *-Suvalkija*'dir. Tarımcılığın en gelişmiş bölgesi olduğu için XIX yy.- XX yy. en zengin çiftçilere sahipti. Aynı anda eğitimli insanlarla da meşhurdur. Dümdüz *Suvalkija* bölgesinin insanları mantıklı, zeki ve çok tutumlu insanlar olarak bilinmektedir.

Klaipėda bölgesinde olan *Mažoji Lietuva* isimli bölge Kuršių Nerija, Šilute, Klaipėda bölgesi ve Tauragė'nin güneyinden oluşmaktadır. XVI yüzyıldan - 1918 yılına kadar Kaliningrad bölgesi de Klaipėda bölgesinde yer almaktaydı. Litvanya'nın en görkemli peyzajlarından biri UNESCO Kültür Miras Listesinde yer

alan Kuršiu Nerija bölgesine sahiptir. Ornamentli ahşap etnografik mimarisiyle meşhurdur.

Litvanya'nın bütün bölgelerini tek bir yerde görme şansımız var. Litvanya Halk Yaşam Tarzı Müzesi –Avrupa'nın en büyük (195 ha) ve en çok eser (149 sabit ve 90 200 taşınabilir eserden fazla) bulunduran açık hava etnografya müzelerinden biridir. Müze, XVIII yy. sonu – XIX yy. ilk yarısına ait Litvanya bölgelerindeki halk yaşam tarzları ve geleneklerini yansıtmaktadır. Müze 1966 yılında Kaunas Lagünü kenarında, Rumsiskes'te kurulmuştur. Müzede köy fragmanları, şirin çiftlikler, yüzyıllık çiçek bahçeli binalar, şapeller, yel değirmenleri, sürgün ve direnç sektörü ve fazlasını görmek mümkündür (Oficialus Lietuvos Interneto Vartai, 2015).

## **2.2 Litvanya Turizmin Tarihsel Gelişim**

Sovyet yıllarında Litvanya'daki doğal turizm gelişimi için farklı politik, ekonomik, sosyal, ideolojik ve kültürel engeller vardı. Komünist ve kapitalist ülkeleri ayıran “Demir Perde” engeller arasında başta durmaktadır. Kapitalist ülkelerden gelen turizm titiz bir şekilde sınırlandırılırken, çok düşük tur sayısına KGB'nin kontrol altında izin verilmiştir. Daha hafif sınırlamalar, Polonya, Bulgaristan, Çekoslovakya gibi SSCB'nin uydu ülkelerine uygulanmıştır.

Bağımsız girişim bastırmaları, özel faaliyet yasaklanması ve turizmin ideolojik, politik hedeflerine odaklanması Sovyet politikasının temelleri arasındadır. Yerli turizm sendikalara bağlıydı. Sendika Birliği Merkez Kurumu tarafından yönetilen 1962 yılında turizm kurulu sistemi kurulmuştur. Turizm ve Seyahat Merkez Kurumunun hedefi tur geliştirme projelerini koordine etmek olmuştur. Sovyet Cumhuriyetlerinin turizm kurumlarına sadece yerli güzergâhları planlamalarına izin verilmiştir.

Diş turizm, “Inturist”, “Sputnik”, Yurt Dışı Kültürel İlişkiler Derneği ve ona bağlı kurumlar tarafından yönetilmiştir. Bütün kurumlar SSCB KGB'sinin doğrudan denetimi altındaydı. Giden turizm gruplarında, sosyalist ülkelere bile, KGB ajanı sızdırılmaktaydı.

1980’li yıllardan itibaren gerçekleştiren Perestroyka ‘‘Yeniden Yapılanma’’ döneminde turizm konusunda yenilikler çıkmıştır: ilk firmalar kurulmaya başlamış, özel girişimin önü açılmış, turizmin servis kalitesine önem verilmeye başlanmıştır. Batı ülkelerinden Litvanya’ya daha çok turist gelmeye başlamıştır.

11 Mart 1990 yılında Litvanya bağımsızlığı yeniden ilan ettikten sonra, ilk yıllarda fazla değişim olamamıştı, çünkü yurt dışı ülkeleri Litvanya Cumhuriyeti’ni henüz tanımamış ve onun sınırları hala SSCB’nin kontrolü altındaydı. Ancak 1991 yılının sonunda SSCB resmen dağıldıktan sonra Litvanya yeni piyasa ekonomisinin yenileme ve kalkınma aşamasına geçti. Bundan dolayı bütün özel girişimler gibi, turizm sektörü de baştan kurulmaya başladı(Mekionis, 2008).

Turizm şirketlerinin hızlı özleştirilmesi başlatıldıktan sonra tekeli turizm yönetiminin yapısı parçalandı ve yeni özel turizm şirketleri kurulmaya başladı. Şirketler Kanun Değişikliğe dayanarak 1994 yılının Ocak ayında turistik şirketlerin lisanslaması başladı. 1994 yılının sonunda 386 tane, 1995 yılının sonunda ise 342 tane lisanslı şirket bulunmaktaydı (Statistikos Departamentas prie LR Vyriausybės, 1999).

1992 yılında Devlet Turizm Kurumu kuruldu(1995 yılında Litvanya Ekonomi Bakanlığına bağlı Devlet Turizm Bakanlığına dönüşmüştür). Litvanya Turizm Bakanlığı, turizm kalkınmasından direk sorumlu tek devlet kurumudur. Litvanya’nın Batı ve Doğu arasındaki o zamanki durumu, turizm endüstrisinde hala eski bağlantılarına dayalıydı. Doğu ülkelerinden (daha doğrusu eski SSCB ülkelerinden) gelen turistler hala çoğunlukta idi ama hem turlar, hem de turist sayısı azalmaya ve kalış süreleri de kısalmaya başladı.

1996 yılına kadar gelen turist sayısı azalırken, sonrasında büyümeye başlamıştır. 2000 yılında turizm sektörü, Batı’ya yönelmeye, hem giden hem gelen turizme önem verilmeye başladı. Daha pahalı ekonomik ürün olarak turizm talebi arttıkça otel inşaatları ciddi oranda gelişti, köy turizm daha önemli bir hale geldi ve gelen turistlerin servis kalitesine daha çok önem verilmeye başlandı(Labanauskaite, 2002).

Uluslararası turizm geliri AB ülkelerine göre daha hızlı yükselirken, gelir büyüklüğü yine de düşük kalmıştı. 2001 yılında AB ortalamasına göre, gelir 2,5 kat ve kişi başına düşen geliri 7,9 kat düşüktü. Diğer AB aday ülkelerine göre Litvanya'nın durumu daha iyi görülmekteydi. Ziyaretçi sayısına göre Çek Cumhuriyeti, Polonya, Slovenya ve Macaristan gibi ülkelerin gerisinde kalmış ama turist sayısına göre Macaristan ve Slovenya'yı geçmeyi başarmıştı(UNWTO, 2002).

Özet olarak, 1992-2004 döneminde Litvanya turizmi en önemli dönüşümü yaşamıştır. Sovyetlerden kalma devlet turizm sistemi, devlet kurumları, devlete ait olmayan organizasyonların ve özel şirketlerin faaliyetlerini birleştiren AB ülkelerine uygun bir sisteme geçildi. Yeni kurulan özel sektör, en çok gelir getiren ve en az maliyet gerektiren faaliyetlerde bulunurken, dönem sonunda gereksinimler arttıkça turizm servisi kalitesine daha çok önem verilmeye başlandı(Mekionis, 2008).

### **2.2.1 AB Üyelikten Sonra Ortaya Çıkan Değişiklikler**

1 Mart 2014 tarihinde Litvanya Avrupa Birliği üyesi oldu. Litvanya 2004 yılından başlayarak, daha çok Batı ülkelerine yönelik turizm stratejileri geliştirmeye başladı.

Turizmde asıl değişim Litvanya'nın 2007 yılında *Schengen* anlaşmasına dâhil olduktan sonra ortaya çıkmıştır. Bu anlaşmaya göre sınır (kara ve deniz) kontrolüne gerek kalmadı ve *Schengen*'e dâhil olan ülkeler ile politika uyumu sağlanmıştır. Ancak Litvanya *Schengen* bölgesine katıldıktan sonra ülkenin Doğu'daki sınırları daha sıkı kontrol altına alınmış ve vizeler için uygulanan ücretler yükselmiştir. Belirtmek gerekir ki, vize işlemleri süreci bütün Schengen bölgesinde olan ülkelere aynı olmakta, bu yüzden Litvanya istediği şekilde kuralara değişiklik yapacak gücü sahip değildir. *Schengen* bölgesi sınır ülkesi olan Litvanya için vize işlemlerindeki sıkı politikalar büyük bir etki yaratmaktadır. 2007 yılın ilk yarısında gelen turistlerden ve günübirlikçilerden %80,6'ı Rus ve Beyaz Ruslardan oluşmaktaydı. İstatistik Departmanı verilere göre, 2008 yaz döneminde Rus turistlerin sayısı yaklaşık üç kat düşmüştür ( 505,6'dan 189,5 bine kadar, özellikle Kaliningrad

bölgesinden gelenlerin sayısı azalmıştır). Turizm Bakanlığı'nın Beyaz Rusya'dan gelen turist sayısında yaşanacak muhtemel düşüş tahminlerine rağmen, Beyaz Rus turist sayısı artmıştır (161,5'ten 162,7 bine kadar) (Milasiene & Zaliapugiene, 2008, s. 66).

Avrupa Birliği'nin finansal desteği Litvanya turizminde büyük bir etki yaratmaktadır. AB'ye girdikten sonra turizm projeleri, farklı programlar kapsamında desteklenmektedir. Örneğin, 2007-2013 Uyum Teşvik Programına göre, destekler şu amaçları için kullanılmaktadır;

- Eko turizm, aktif turizm ve sağlık turizmi altyapısı kurma ve geliştirme,
- Kamu ait taşınmaz ve kültürel objelerin turizm amaçlı kullanılması,
- Ulusal önem taşıyan turizm projeleri,
- Turizm bilgi hizmetleri ve altyapının geliştirmesi ve turizm pazarlamasının teşvik edilmesi,
- Bölgelerdeki kamu turizm altyapısı ve hizmetlerinin geliştirmesi,
- Turizm hizmetleri (ürünleri) çeşitliliğinin artırılması ve kalitesinin iyileştirilmesi,

Amaçları gerçekleştirebilmek için destek programında 168 tane proje yapıldı ve bu projeler için 867 mln. LTL (251,101 Avro) kullanıldı. Ayrıca 85 yeni ve var olan turistik merkezleri kurulmuş ve restore edilmiştir (Lietuvos Respublikos Ukio Ministerija, 2013).

2007-2013 dönemindeki AB yapısal fonları turizm gelişimi olumlu etkilemiş ve çekici aktif, kültür, konferans ve sağlık turizmin ürünlerinin altyapısı kurma koşulları sağlamıştır. Bununla birlikte turistik hizmetlerin çeşitliliği ve kalitesini artırmada etkili olmuştur. 2007-2013 yıllarında AB yapısal turizm fonlarından 290'dan fazla turistik projeye 867,26 milyon LTL ve ayrıca Litvanya Cumhuriyeti Devlet Bütçesi'nden destek sağlanmıştır. Hedefli AB yapısal fonlarının parasal yatırımları iç ticaretin geliştirilmesinde katkı sağlamıştır. Yenilenen parkları, bisiklet

yollarını ve sahilleri sadece yurtdışından gelen turistler değil, yerel insanlar da kullanmaktadırlar(Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2014).

### **2.2.2 Yeni Turizm Türleri Gelişmesi ve Geliştirme Stratejileri**

Bağımsızlığı yeniden kazandıktan sonra Litvanya'da yeni turizm türleri ortaya çıkmaya başlamaktadır. En büyük gelişim köy turizminde görülmektedir. Litvanya'da köy turizm faaliyetleri milli ve bölgesel parklarda yer almakta, köy turizmi olarak değil, özel konaklama sektörünün tatilcilere sunduğu kiralama hizmetleri olarak adlandırılmıştır (Vainiene, 2001). 1994 yılı köy turizminin ve tarım faaliyetlerinin, sosyal bir olgu ve alternatif turizm olarak başlangıç yılıdır. Litvanya Çiftçiler Birliği girişimi ile düzenlenen Litvanya'daki köy turizminin gelişim imkânları semineri sunulmuştur. 1996 yılında Litvanya Turizm Fonu tarafından kurulmuş ilk dört tane köy turizmin çiftliği, ilk köy turizmin reklamı olarak bilinmektedir ve aynı zamanda Litvanya Köy Turizm Derneği kurulmuştur. 2014 yılın verilerine göre Litvanya Köy Turizm Derneği'nin 376 üyesi bulunmaktadır (Lietuvos Kaimo Turizmo Asociacija, 2015).

Litvanya İstatistik Departmanı araştırmasına göre, 2013 yılında 620 tane köy turizmin çiftliği, konaklama hizmeti vermektedir ( 2012 yılında – 605 tane). 275,8 bin kişi bu çiftliklerde konaklamış ve bunların 25,4 bin tanesi yabancıydı. En çok yabancı turist Polonya'dan, Rusya'dan, Almanya'dan ve Letonya'dan gelmektedir. 2012 yılına göre, 2013 yılında çiftliklerde konaklayanların sayısında Litvan turist sayısında % 5,1 ve yabancı turist sayısında % 12,5 artış görülmüştür.

En çok köy turizmin çiftliği Utena ilçesinde, Zarasai ilçe belediyesinde - 42, Ignalina - 40, Molėtai - 39, Utena - 38, Anykščiai - 25 tane çiftlik bulunmaktadır. Trakai (40), Lazdijai (31), Varėna (30) ve Plungė (24) ilçe belediyelerinde de köy turizm çiftliklerinin sayıları oldukça fazladır.

Trakai (28,4 bin) Klaipėda (15,8 bin), Lazdijai (15,2 bin), Kaunas (14,8 bin) ilçe belediyeleri en fazla turist çeken ilçelerdir (Statistics Lithuania, 2014).

Litvanya köy turizmi çiftlikleri tarafından sunulan aktiviteler:

- Orman veya kültür mantarları toplama, tadım, satın alma ve mantarlı yemekler tarifleri öğrenme;
- Arılar hakkında bilgi edinme, bal tadımı, doğal bal mumundan yapılan mumları yapma teknikleri öğrenme, bal ve *midus* (geleneksel ballı içecek) satın alma;
- Çiftliklerde yetişen meyve, sebze, tahıl ve ürünleri tadımı, kendi toplama imkânları;
- Köy ürünleri (çavdar ekmeği, peynir, sucuk, reçel vb.) tadımı ve satın alma;
- Köydeki lokantalarda geleneksel yemeklerin tadımı;
- Geleneksel el sanatları ve zanaatları (seramikçiler, taşçılar, ahşap oymacılar, takı üreticileri, deri işlemcileri vb.) hakkında bilgi edinme, teknikleri öğrenme ve satın alma;
- Sauna hizmetleri;
- Çiftlik hayvanları besleme ve ürünleri satın alma;
- Bahçeler ziyareti, bahçecilik hakkında bilgi edinme;
- Balıkçılık, balık kurutma ve füme teknikleri öğrenme;
- Geleneksel içecek (meyve suları, şarap, bira) tadımı ve üretimi;
- Şifalı bitkiler toplama turları, kullanımı hakkında bilgi edinme, doğal kozmetik üretimi ve çaylar tadımı;
- Avlara katılım imkânları, av hayvanları ürünleri tadımı ve satın alma(Lietuvos Kaimo Turizmo Asociacija, 2015).

Litvanya'nın da dâhil olduğu yeni AB üyeleri, Batı Avrupa'dan farklı olarak hala bakir olduğundan, sanayi ve kentleşmeden fazla etkilenmemiş, geleneksel yaşam tarzlarını ve geleneklerini korumaktadır. Bundan dolayı ülkeye özgün doğal çevresi ve kültürü, etnoloji, el sanatları ve geleneksel yaşam tarzları ile ilgilenen turist grupları Litvanya'yı çekici bulmaktadırlar.

### 2.2.3 UNESCO Kùltür Miras Listesinde olan Objeler

1991 yılında Litvanya UNESCO Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kùltür Kurumu üyesi olmuştur. Turizm açısından UNESCO koruma listesinde bulunan tarihi ve doğa eserleri Litvanya'ya büyük bir fayda sağlamaktadır. UNESCO simgesi olan eserler, turizmde kalite sembolü olarak turistlerin ùlkeye olan ilgisini daha da artırmaktadır. Litvanya'da Dünya Miras Listesinde 4 eser yer almaktadır: Vilnius eskişehri, Kernavè, Kurşiu Nerija ve Struvè Jeodezik Yayı. UNESCO somut olmayan kùltürel miras listesinde Litvanya Haç sanatı ve haç sembolizmi, Baltık devletleri şarkıları ve danslar gelenekleri ve Litvan çok sesli polifonik şarkıları yer almaktadır.

**Vilnius eski şehri.** XIII yy. - XVIII yy. arasında Litvanya Grandüküğü'nün siyasi merkezi olan Vilnius şehri, kùltürel ve mimari Doğu Avrupa şehirlerinin gelişiminde büyük bir rol oynamıştır. Çok sayıda işgal ve yıkımlara rağmen, Gotik, Rönesans, Barok ve Klasisizm'e özgü bina komplekslerini, Ortaçağ şehir yapısını ve doğal çevresini çok iyi koruyabilmiştir.

Litvanya'nın başkenti olarak Vilnius'un ismi ilk defa 1323'lü yılında Litvanya Grandükü Gediminas'ın mektubunda rastlanmaktadır. Mektubunda Grandük Avrupa'nın tüccarları ve zanaatkârları Vilnius'a yerleşmeye davet etmekte ve onlara her türlü yardımı sağlayacağını belirtmektedir. O zamandan beri, Vilnius farklı millet ve dinlere açık bir şehir olarak bilinmektedir. Şehrin sokaklarının isimleri şehrin nüfus yapısını ispatlamakta: Almanlar, Yahudiler, Tatarlar, Rusların sokakları şehirde yer almakta ve dokuz çeşitli din mensuplarının mabetleri bulunmaktadır.

Vilnius eski şehri Orta ve Doğu Avrupa'nın en büyük (yaklaşık 360 ha, 1500 binadan fazlası) ve en güzel eski şehirlerden biridir. Şehirde bolca kùltürel ve orman parkları, yeşil alanları bulmak mümkündür.

**Kernavè.** Litvanya'nın ilk başkenti, benzersiz kùltürel geleneği, medeniyeti ve insanlık tarihinin önemli aşamaları kanıtlamaktadır. Bundan dolayı 2004 yılında



Kernavė, UNESCO Miras Kùltür Listesine girmiştir. Kernavė’de Litvanya devletinin gelişim aşamalarını ve Baltların tarih öncesine dayanan arkeolojik bulgularını görmek mümkündür. Litvanya’nın ilk başkenti, 10 bin sene öncesine ait, erken Ortaçağı döneminin kùltür izlerini taşımaktadır. XIII yy.da başkent olmuş ve 1390 yılında Haçlılar saldırısı sırasında tamamen yakılmıştır. Günümüzde Kernavė Kùltürel Rezervi 194,4 ha alanda yer almakta ve olağanüstü büyük savunma sistemine ait beş etkileyici, insan yapımı büyük kaleleri koruyan tepeler bulandırmaktadır. Ayrıca, site, sıra dışı Pagan ve Hıristiyan cenaze gelenekleri temasında bulunduran bir kanıtı taşımaktadır.

**Kurşiu Nerija.** 2000 yılında UNESCO listesine girmiş ve iki devletin sınırları içinde yer alan (Litvanya ve Rusya, Kaliningrad bölgesi) 98 km uzunlukta bir yarımadadır. Yarımada, insanın ve doğanın özel bir eseridir.

XV yy. bütün Kurşiu Nerija ormanlarla kaplıydı. Ormanları kestikçe kum sürüklenmeye başlamış ve birkaç tane balıkçı köyü tamamen kumla kaplanmıştı. 1825 yılında Georgas Dovydas Kuvertas tarafından ormanlar yeniden dikilmeye başlanmıştır. Bu ölçekte deniz kenarındaki kumul güçlendirmesi ve ormanlaştırma çalışmaları dünyada tek bir örnektir. Kurşiu Nerija’da dört tane kasaba bulunmakta: Nida, Preila, Pervalka, Juodkrantė. Görkemli manzaralara sahip Nida’nın kumullarında bir tarafta Baltık Denizi diğer tarafında Kuronya Lagünü’nü görmek mümkündür. Bütün kasabalarının mimari yapıları bir birine benzemektedir. Etnografya ve mavi pencerele balıkçı evleri, ahşap oymaları ile süslü ve kamış çatılı villalar Kurşiu Nerija’nın ruhunu taşımaktadırlar.

**Struvė Jeodezik Yayı.** XIX yy. yeryüzünün büyüklüğünü ve formunu ölçmeye amaçlanmış bir deneştir. Tartu Üniversitesi profesörü Friedrich George Wilhelm, Sturve liderliğinde birçok ülkeden bir dizi bilim adamı, Dünya’nın çevresini belirlemek amacıyla akademik bir çalışma başlatmıştır. Yay 10 ülke (Norveç, İsveç, Finlandiya, Rusya, Estonya, Letonya, Litvanya, Beyaz Rusya, Moldova ve Ukrayna) kapsamaktadır. Litvanya’da üç tane istasyon bulunmaktadır. Bu çalışma, teknolojik birliğin bir seçkin örneğidir.

## 2.2.4 Litvanya Milli Parkları

Farklı bölgelere özgü peyzaj, yerleşim alanları ve kültürel değerleri taşıyan Litvanya Devleti koruma altındaki alanlara, Milli Parklar denilmektedir. Litvanya Milli Parklarında ziyaretçilere doğa ve kültürel değerler ile tanışma fırsatı sunulmaktadır. İnsan faaliyetlerinin kısıtlı olduğu bölgelerde, doğanın korunmasına önem verilmektedir. Litvanya’da beş tane Milli Park bulunmaktadır: Aukštaitijos, Žemaitijos, Tarihi Trakai, Dzūkijos ve Kuršių Nerijos.

Aukštaitijos Milli Parkı’nın büyüklüğü 40,570 ha’dır. Temiz gölleri, etnografya köyleri, orman bolluğu ve doğa uyumu ile meşhurdur. Bölgenin %69’u orman olmakta, 126 tane göl bulunmaktadır. Milli Parkta 200 çeşit kuş, 60 çeşit memeli hayvan, 900 bitki çeşidi bulunmaktadır. Onlardan 120 tanesi Kırmızı Listesi’nde yer almaktadır. Benzersiz etnografya köylerine (Salų, Varniškių, Vaišnoriškių, Šuminų, Strazdų, Kretuolių, Benediktavo) sahip Aukštaitijos Milli Park’ında altı tane su değirmeni ve arıcılık tarihini anlatan müze en önemli objeleridir.

Žemaitijos Milli Parkı’nda 200’den fazla kültürel miras obje bulunmakta, onlardan 30 tanesi arkeolojik anıttır. Parkın büyüklüğü 21,720 ha’dır. Parkın sınırlarının yaklaşık %10’u ziyarete kapalıdır. Bunlar Plokštinės ve Rukundžių doğa rezervleridir. Milli parkta, ağaçlar, su kaynakları, yarımadalar ve adalardan oluşan 12 tane doğa anıtı bulunmaktadır. Žemaitija bölgesinde en büyük ve en temiz Plateliai gölü ve onun ortasındaki kale adası en çekici parkın noktalarındandır. Aynı anda çeşitli müzeleri ziyaret etmek mümkündür.

Trakai Tarihi Milli Parkı, Tarihi tarzda Litvanya’da tek bir Milli parktır. Parkın büyüklüğü 8 200 ha’dır. Diğer parklarda farklı olarak kültürel mirasını, tarihini ve arkeolojisini öne çıkarmaktadır. Park, Trakai şehrinin ve bütün Litvanya’nın tarihini içermektedir. Parkın çekirdeği Trakai adası, yarımada kaleler kompleksi ve Trakai eski şehrinden oluşmaktadır. Parkta bölgenin tarihini anımsatan yaklaşık 50 tane tarihi bina ve kalıntılar yer almaktadır. Kale adasının hepsini kale ve Grandükler sarayı kapsamaktadır. Bu, Litvanya göllerinde yapılmış tek günümüze

kalmış kale örneğidir. Yaklaşık parkın beşte biri sudan oluşmakta ve 32 farklı çeşit ve büyüklük göl bulunmaktadır. Galves gölünde 21 tane ada yer almaktadır.

Dzūkija Milli Parkı Litvanya'nın en büyük koruma altındaki alanıdır. Parkın büyüklüğü 58 519 ha'dır. Bu, çam ormanlarının, çok temiz dere ve berrak nehirlerin bölgesidir. Sınırlarının %91'i ormandır. Etnografya köyleri ile meşhur parkın Dubininkas, Lynežeris, Musteika ve Zervynos köyleri mimari bir anıttır. Siyah geleneksel seramikçiler ile meşhur köylerde dokuma ve örme sanatları hala yaşamaktadır. Orman mantarları ile zengin olduğu için bölgeye mantar bölgesi isim verilmiştir. Sonbahar mevsiminde ormanlarda büyük sayıda mantar toplayıcı görmek mümkündür. Parkta bulunan Cepkeliai Milli Doğa Rezervinde 257 çeşit bitki ve hayvan türü Litvanya Kırmızı Listesinde yer almaktadır. 2011 yılında park, Litvanya'nın tek uluslararası PAN parkları üyesi olmuştur.

Kuršiu Nerija Milli Parkı en çok ziyaret edilen Litvanya'nın korunan alanıdır. Parkın büyüklüğü 26 461 ha'dır. 2000 yılında UNESCO Kültür Miras Listesine girmiştir. Aynı anda Natura 2000, Avrupa Birliği sınırları içinde belirlenmiş bir doğal çevre koruma ağı üyesidir. Baltık Denizi ve Kuronya Lagünü arasındaki dar ve uzun kum çizgisi yaklaşık 5 bin sene öncesi akımları ve rüzgâr fırtınaları tarafından götürülen kumlardan oluşmaya başlamıştır. Bugünkü Nerija doğa ve insan işbirliğini eseridir. XV-XVII yy. ormanları kestikten sonra kumullar hareket etmeye başlamış ve birkaç tane köy kum altında bırakmıştır. Bunu durdurmak için yeniden ormanlaştırma başlatılmıştır. Beyaz kumsal sahilleri ile ve Baltık Denizinden çıkan kehribar taşı ile meşhur bir bölgedir (Oficialus Lietuvos Interneto Vartai, 2015).

### **2.2.5.1 Trakai Tarihi Milli Parkı**

Trakai Tarihi Milli Parkı 1991 yılında Litvanya Cumhuriyeti Yüksek Konseyi tarafından kurulmuştur. Bu önemli Litvanya ve Doğu Avrupa tarihi dönemleri ve olayları yansıtan, benzersiz ve kompakt kültür ve doğa mirası alanında kentleşmiş merkezi ile kültürel peyzajı iyi korunmuştur. Tarihi şehir ve göller arasındaki kaleler,

geleneksel tarım sürdüren eski köyleri ve orijinal kalmış doğa bölgeleri Trakai kültürel peyzajının bileşenleridir.

Özel güzelliklere sahip Trakai Tarihi Milli Parkı'nın peyzajı hem doğal hem insan eliyle oluşturulmuştur. 8,2 bin ha'yı kapsayan alanında 32'den fazla göl (1,4 bin ha) bulunmaktadır. Farklı buzul erime aşamalarında Trakai Parkı Güneyinde dalgalı düzlükler platosu, Kuzeyinde moren tepeler zincirleri ortaya çıkmıştır. Rölyef morfolojik yapısı Trakai'daki özgün göllü peyzajın kurulmasının sebebi olmaktadır. Göller bölgesinde bulunan Galvė (361 ha), Skaistis (286 ha), Bernardinai (88 ha), Totoriškės (76 ha) gölleri çevresinde Yeni Trakai eski şehri (169 ha), Ada ve Yarımada kaleleri bölgenin temelini oluşturmaktadır. Karışık orman ile kaplı bölgenin doğusunda - bataklık, güneyinde - yayla, kuzey ve batı tarafında - tepeli bir rölyefe sahiptir. Bölge, Litvanya'da ve bütün Avrupa'da koruma altında olan bitki ve hayvan çeşitliliği için olanak sağlamaktadır. Höyükleri, kale alanları, köy ve tek çiftlik evleri Trakai Parkının manzarasında yer almaktadırlar.

Doğa zenginlikleri ve peyzaj çeşitliliği M.Ö. 4 bin yılda insanların yerleşmesi için Trakai Tarihi Milli Parkı'nda olumlu koşullar yaratmıştır. XIII – XVI yy. Avrupa'nın son pagan devleti Litvanya Grandüklüğü, Avrupalı Katolik Hıristiyanların Haçlılar ve Kılıç Kardeşleri düzenledikleri akınlara sürekli karşıt vererek Trakai en önemli dönemini yaşamıştır. Trakai ismi ilk kez 1337 yılında geçmektedir. Trakai Litvanya başkenti Vilnius'un erişimine önemli bir savunma merkezi olarak da kullanılmıştır. Doğal ve zor ulaşılan Trakai bölgesinde genel savunma sistemi ahşap (Bražuolės kalesi M.Ö. I bin yıl – XIV yy.) Daniliškių kalesi (VI – XII yy.) ve taş (Eski Trakai kalesi XIV yy. Yeni Trakai Yarımada kalesi (XIV yy. II yarıyıl) ve Ada Kalesi (XIV yy. sonu) kalelerinden oluşmaktaydı. Savunmada Litvanlar Tatarları ve Karay Türklerini çalıştırmaktaydı.

Ayrıca Trakai şehri Kısmi Dukalığı ( güneyinde Beyaz Rusya'nın Brest şehrine, Kuzeyinde Letonya sınırındaki Biržai şehrine kadar uzanan) merkezi ve Litvanya Grandüklüğü hükümdarların taht yeri olmuştur. Hükümdarlar tarafından sevilen Trakai rezidansı XVI yy. ulusal düzeyinde büyük bir önem taşımaktadır. Papa IX. Clemens 1718 yılında ilk Litvanya Grandüklüğü'nün mucizeleri ile ünlü ve

sonrasında Litvanların, Lehlerin, Rusların ve Letonyalıların hac noktası olmuş olan Tanrı'nın Annesi tablosunu taçlandırılmıştır.

XVII yy.da şehrin büyümesi durmuştur. Ortaçağ savunma ve siyasi merkez çevresine uygun doğasından dolayı, Litvanya- Lehistan Birliği döneminde (1569-1795), Çarlık Rusya İmparatorluğu (1795-1917), Polonya Cumhuriyeti (1920-1939) ve Sovyetler Birliği (1940-1991) işgalleri dönemlerinde şehrin tarımsal ve kentsel gelişmesine fazla önem verilmemiştir. Bu nedenle Litvanya Grandüklüğü tarihi ve kültürel Trakai mirası korunmuştur. Trakai bölgesinde ortaçağ döneminin en ünlü hükümdarları Vytautas ve Casimir grandükleri, kontlar, asilzadeler, Karay düşünürü ve filozofu İsaac ben Abraham of Troki, doktor ve şair Ezra Harofez derin izler bırakmıştır (Traku Istorinis Nacionalinis Parkas, 2015).

Litvanya hükümeti ilk olarak Trakai'yi koruması açısından Trakai Ada kalesi ile ilgili çalışmalar başlatmıştır. Ada kalesi yenileme çalışmaları başlangıcı 1888 yılına dayanmaktadır. XX yy. II. yarısında Takai gölleri Yarımada kalesi ahşap şehri manastırlarına ve diğer tarihi anıtları aynı önem kazanmıştır. 1960 yılında Trakai çevresi peyzaj rezervinin unvanını kazanmış 1969 yılında Trakai eski şehri kültürel anıtı olarak kabul edilmiştir. 1988 – 1990 yıllarında Trakai çevresi ile beraber UNESCO Miras Listesine adaylığını göstermeyi planlanmaktadır. Maalesef yeterli çalışmalar hazırlanmamış çünkü bağımsızlığın yeniden kazanılması çalışmaları ve Sovyetler işgalinden kurtulma sürecinin gölgesinde kalmıştır. Belirtmek gerekir ki bağımsızlığın temel amaçlarından biri işgalciler tarafından yok edilen kültürel ve doğal değerleri kurtarılması olmaktadır ve Trakai şehri bu konuda büyük bir önem taşımaktaydı. Bundan dolayı 1991 yılında Trakai Tarihi Milli Parkı statüsünü kazanmıştır. 1993 yılında Trakai Tarihi Milli Parkı koruma yönetim ve kullanma ilkelerini içeren planlama şeması yayınlanmıştır. Trakai Tarihi Milli Parkı hedefleri ile ilgilenen Trakai Tarihi Milli Parkı Müdürlüğü olarak 1992 yılında ayrı bir kurum kurulmuştur. 2000 yılından beri, müdürlüğün fonksiyonlarını Kültür Bakanlığı yürütmektedir. 2000 yılında Trakai Tarihi Milli Parkı Müdürlüğü parkın yeniden UNESCO Miras Listesine girilmesi gereken çalışmalar başlatmıştır. 2002 yılında UNESCO uzmanları Milli Parkın değerlerini fark etmiş ve UNESCO adaylığını desteklemiştir (Abaravičius).

## 2.2.5 Litvanya Turizmine Genel Bakışı ve Turizm Rakamları

Litvanya Bankası'nın 2014 I. Yarıyılı verilerine göre, yabancı turist ve g n birlik ilerin harcamaları 1,86 milyar LTL (+ %7,5 aynı 2013 dönemine göre), Litvan turistleri ve g n birlik ilerin yurtdışındaki harcamaları 1, 69 milyar LTL (+ %7,9) olmuştur.

2014 I. Yarıyılı Litvanya'ya gelen yabancı turist sonuçlarına göre, Litvanya'ya en çok turist gönderen 20 ülkenin 18'inden gelen turist sayısı artmıştır. Litvanya konaklama sektöründe konaklayan turist sayılarında sadece İngiltere (- %1,5) ve Polonya'da (- %11) düşüş görülmektedir (Valstybinis Turizmo Departamentas, 2014).

**Tablo 3.Konaklama İstatistiği**

		Turistler			
		2013 I. yarıyıl	2014 I. yarıyıl	2014/13 I. yarıyıl	2014 I. Yarıyıl Pazar payı
	<b>Toplam</b>	<b>927,0</b>	<b>1036,5</b>	<b>%11,8</b>	<b>%100,0</b>
	<b>Litvanya vatandaşları</b>	<b>404,4</b>	<b>450,1</b>	<b>%11,3</b>	<b>%43,4</b>
	<b>Yabancılar, toplam</b>	<b>522,7</b>	<b>586,4</b>	<b>%12,2</b>	<b>%56,6</b>
1.	Rusya	111,6	113,1	% 1,3	% 19,3
2.	Beyaz Rusya	66,4	81,1	%22,2	% 13,8
3.	Almanya	59,4	68,0	% 14,4	% 11,6
4.	Polonya	61,0	54,3	-% 10,9	% 9,3
5.	Letonya	35,2	44,5	%26,4	% 7,6
6.	Estonya	17,1	20,6	%20,3	% 3,5
7.	Ukrayna	11,5	20,4	%77,2	% 3,5
8.	İngiltere	19,8	19,5	-% 1,5	% 3,3
9.	Finlandiya	14,2	15,3	% 7,5	% 2,6

10.	Norveç	13,3	14,2	%6,5	%2,4
	Diğer ülkeler	113,0	135,4	%19,8	%23,1

**Kaynak:** (Lietuvos Statistikos Departamentas).

ABD, İsrail ve Japonya pazarlarında hedefli pazarlama araçları kullanımı iyi sonuçlar ortaya çıkarmıştır. ABD pazarının 2014 yılında %23,4 (%1,3 önceki sene) artışı görülmekte, İsrailli turist sayısı iki kat artmıştır (geçen sene - %42,6 düşüş yaşanmıştır). Japon turistler 2014 yılında kültür ve gastronomi turizme büyük ilgi göstermişlerdir. Japonya - Asya ülkeleri arasında lider olarak, turist sayısında %37,5 artış göstermekte (geçen sene - %12 düşüş yaşanmıştır).

Litvanya'ya gelen turistlerin çoğu Avrupa ülkelerinden gelmektedir. 2014-2020 yılında en önemli Litvanya turizmi hedef pazarları, Polonya, Beyaz Rusya, Rusya, Letonya, İskandinav ülkeleri, Almanya ve İngiltere'dir. Turizm akışları büyüme eğilimlerine göre, gelecek vaat eden Litvanya'ya turist getiren ülkeler arasında ABD, Japonya, Çin Cumhuriyeti, Hindistan ve Brezilya yer almaktadır. Litvanya'ya gelen turizmin geleneklerine ve bazı turistik ürünlerin potansiyeline bakılırken, Litvanya'ya turist getirecek olan gelecek vaat eden ülkeler İsrail ve Kazakistan olmaktadır(Valstybinis Turizmo Departamentas, 2014).

2010-2014 I. yarıyıl döneminde yurtdışına giden Litvanyalı turist sayısı istikrarlı büyümektedir. Litvanyalı turistler 2014 I. yarıyıl içinde 850,5 bin kere yurt dışına çıkmıştır (%6,8 artışla). Önceki döneme göre 2 kat artışı gösteren destinasyon ülkeler bunlardır: Norveç (+%89,8), Mısır (+%73,5), Beyaz Rusya (+%15,5), İngiltere (+%14,2). Daha az ama artış gösteren destinasyonlar, Almanya(+%7,2), Türkiye (+%4,7), Letonya (+%2,9) ve Polonya(+%0,1) olmuştur.

Tur operatör aracılığıyla Litvanyalı giden turist sayısı geçen senedeki aynı döneme göre 2014 I. yarıyıl da %14 artış göstermektedir. Tur operatörleri ve turizm acentaları yardımıyla yurtdışına giden Litvanyalı turist destinasyonları ilk sırada Türkiye, Mısır, Yunanistan, İspanya ve İtalya yer almaktadır (Valstybinis Turizmo Departamentas, 2014).

2014-2020 Litvanya Turizm Kalkınma Programı'nın 1. Hedefleri arasında en önemli kültür turizmi, iş turizmi, sağlık turizmi ve yeşil (eko) turizminin geliştirmesi yer almaktadır.

Litvanya'da kültür turizm kültür mirası eserlerinden (kale, kilise, manastır, eski şehir, müze, sanat galerileri ve diğer miras yapıları ziyaretlerinden veya kültür eserleri ve kültür etkinlikleri, milli gelenekleri, zanaatları hedefli şehir ziyaretlerinden oluşmaktadır.

Batı Avrupa ülkelerinin tecrübelerine göre, en çok ziyaretçi çeken ek hizmetleri sunan (yemek, bilgi sunumu, kitapçılar, hediyelik eşya satış yerleri vb. olan), sergileri, konferans ve kültür etkinlikleri ve eğitim programları düzenleyen, tarihi binalar, müzeler ve galeriler olmaktadır. Bu yüzden yeni Turizm Kalınma Programında kültür miras eserlerinin altyapısına, eserlerin tamamlaması ve hizmetlerine büyük önem verilmektedir.

Bölgelerde bulunan ılıcalar (Druskininkai, Palanga, Birštonas ve Neringa), tatil köyü bölgeleri (Anykščiai ve Trakai) ve üç büyük Litvanya'nın şehri (Vilnius, Kaunas, Klaipėda) en büyük sağlık turizm potansiyeli görülmektedir.

Litvanya'ya gelen iş amaçlı turist ve günübirlikçiler 2012 yılında 804,6 milyon LTL gelir sağlamıştır. Bu rakam 2011 yılına göre %1,6 artmış göstermektedir. İş seyahatleri geliri 2012 yılında bütün turizm gelirin %22,6'ı kısmını oluşturmaktadır.

Litvanya'da en büyük iş turizmi potansiyeli üç büyük şehir Vilnius, Kaunas, Klaipėda ve tatil köylerinde bulunmaktadır.

Litvanya'da büyük olmayan uluslararası konferansları düzelmeye uygun, konferans altyapısına sahip birçok otel bulunmakta ve yüksek kalite konferans düzelmeye standartlarına sahip LITEXPO Fuar ve Kongre Merkezi bulunmaktadır. Ayrı uluslararası standartlara uygun, 2 500 katılımcıdan fazlasını ağırlayan konferans merkezi Litvanya'da olmadığından, Litvanya büyük konferansları düzenlemekte zorluk çekmektedir. Bundan dolayı uygun bir konferans merkezi kurulmasında fayda görülmektedir.



Doğal peyzajı ve doğa zenginliği, kendine özgü deniz sahil bölgesi, milli ve yöresel parklarında eğitim turizmin altyapısı gelişimi, Litvanya'daki yeşil (ekolojik) turizmin temelidir. En büyük yeşil ekolojik turizm potansiyeli Baltık Denizi sahil bölgesi, Dzūkija, Doğu Aukštaitija, Žemaitija ve Nemuno žemupis bölgelerindedir. Bunlar, milli ve yöresel parklar, tatil köyleri, deniz sahili ve en büyük göllere sahip olan bölgeler.

Turistik güzergâh geliştirme stratejileri turizm programında önemli olarak yer almaktadır. Tarihi, doğal, coğrafya ve kültürel özelliklerine göre, Litvanya tematik güzergâhlar konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Kehribar Yolu, Papa Jean Paul II Yolu, M. K. Čiurlionis Yolu, Panemunė Kaleler Yolu ve bisiklet güzergâhları turistlere sunulmaktadır. Yakında Litvanya, Letonya, Polonya ve Rusya topraklarında bisiklet güzergâhlarını birleştirmesi turizm planlarında yer almaktadır.

Çeşitli ulaşım olanakları sağlama, Litvanya'nın turizm rekabeti artıran önemli faktörlerden biridir. 2013 yılında en çok karayolu ulaşımı (%81,4), havayolu ulaşımı (%14,1), demiryolu ulaşımı (%2,8) ve deniz ulaşımı (%1,7) tercih edilmiştir (Lietuvos Statistikos Departamentas, 2013). Üç tane uluslararası havalimanına sahip (Vilnius, Kaunas ve Palanga) Litvanya havayolu ulaşım olanakları çoğaltma konusunda önem göstermektedir. Aynı anda deniz kruvaziyer turizmin altyapısı geliştirilmektedir. Klaipėda Deniz Limanı başarılı ve aktif bir şekilde büyük kruvaziyer güzergâh programlarında yer almaktadır. Demiryolu ulaşım konusunda Litvanya, Polonya üzerinde Batı Avrupa ile ulaşımı sağlayan "Rail Baltica" projesini desteklemektedir.

Litvanya turizm programının önemli hedeflerinden biri, turistik ülkesi olarak, tanınmışlığını ve imajını geliştirmesi olmaktadır. Litvanya İstatistik Departmanı 2012 yılında gelen turizm araştırma verilerine göre, yabancı turistlerin Litvanya hakkında temel bilgi kaynağı akraba ve arkadaşları (%49), daha önce gerçekleştirmiş Litvanya ziyaretleri (%42) ve iş ortakları (%23) olmaktadır. Araştırmalara göre, turistlerin yaklaşık %84'ü seyahat planlarken internet ve *Google* arama motorunu kullanmaktadır.

“TNS Gallup” tarafından yapılmış 2006 yılında Litvanya turizminin imajı araştırmasına göre Litvanya’nın yurtdışında yaygın bilinen ülke olmadığını göstermiş ve çekici turistik bir ülke olarak Litvanya’nın imajı yeterli oturmamış olduğunu belirtmiştir. Bu yüzden Litvanya turizmi imajında, turistik tanınmışlığı konusunda, Litvanya turizmin hizmetleri ile ilgili turist memnuniyetinde gerçekleşmiş değişimler hakkında bilgi yetmemektedir. Bundan dolayı 2020 yılına kadar en azından iki tane Litvanya tanınmışlığı ve Litvanya imajı araştırmasını yapılmaya planlanmaktadır. İlk araştırma en geç 2015 yılında gerçekleşecektir.

Avrupa çapında Litvanya büyük bir ülke değildir, bu yüzden Baltık Denizi bölgesi (özellikle Letonya ve Estonya komşu ülkeleri) ile uluslararası işbirliği teşvik etmek ve Baltık turizm bölgesi olarak tanıtım yapmak çok önemlidir.

Mevsimsellik Litvanya turizmin en önemli problemlerinden biridir. Farklı mevsimlerde düzensiz turist akışlarının dağılımı Ekim-Nisan aylarında gerçekleşmektedir. Turistik hizmetlerinin mevsimselliğini azaltmak için Litvanya’da gastronomi turizmi, etnik bölge gelenekleri, geleneksel zanaatlar, eğitim ve doğa bilgisi programlarının çoğaltılması daha çok desteklenmelidir (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2014).

Önemli uluslararası yayınlarda tanıtımın yapılması ve faydalı reklamlar verilmesi, Litvanya turizminin geleceğinin umut verici olduğunu gösterecektir. Dünyanın en büyük seyahat rehberleri yayıncısı “Lonely Planet”, 2015 yılın en iyi dünya seyahat destinasyonunun 3. sırada Litvanya seçilmiştir. "ForbesLife" dergisinin 2015 yılın üç TOP seyahat destinasyonu arasında Litvanya ile birlikte Karadağ ve Namibya yer almaktadır(Lietuvos Zinios, 2015).

“National Geographic” dergisi 2015 yılın 100 keşfedilmemiş seyahat arasında Trakai Kalesi yer almaktadır. Ortaçağ döneminin muhteşem örneği olarak tanıtılan Trakai Kalesi, ziyaretçilere bölgenin tarihini anlatmaktadır(Oficialus Lietuvos Interneto Vartai, 2015).

## 2.3 Trakai

### 2.3.1 Trakai'nin tarihi

Taş devrinden beri insanlar Trakai şehrinde tarımcılık, hayvancılık yapmakta ve yabani hayvanlardan ve düşmanlardan korunmaktadır. İlkel toplum zamanlarından kalma Trakai topraklarında mitolojik ve pagan kültürünün unsurları taşıyan yerler bulunmakta: höyükler, mezarlıklar, ilkel kampları, antik köylerin izleri ve diğer sur duvarlarıdır. Orta Çağ döneminde Trakai Litvanya Grandüklerinin tahta yeri olarak kullanılmaktadır. Trakai ve çevresi ve göller, bataklıklar, tepeler ve ormanlarından oluşan zor doğal koşulları, güzel savunma, avcılık ve eğlence ortamını oluşturmaktaydı. Gediminas Grandükü zamanında Eski Trakai'da ilk kale inşa edilmiştir. Bu kalede Gediminas'ın oğlu Litvanya Grandükü Kęstutis yaşamıştır. Ondan sonra Kęstutis'in oğlu ve Trakai'nın ve bütün Litvanya'nın en önemli hükümdarı Górkemli Vytautas kalede yaşamıştır.

Haçlıların saldırıları arttıkça Trakai Yarımada Kalesi ve Ada Kalesi inşa edilmiştir. Litvanya devletini koruyacak, Doğu ve Batı fatihlerinden koruma amaçlı Trakai çevresinde ve merkezinde iç ve dış savunma sistemleri kurulmuştur. Dış savunma sistemi çevredeki höyüklerinden ve Tatar yerleşim yerlerinden oluşmaktaydı. İç savunmada Ada ve Yarımada kaleleri, savunmaya hazırlıklı kiliseler, Tatar ve Karay Türklerinin yaşadıkları Trakai yerleşim yerleri kullanılmaktaydı. Trakai şehrinde Orta Çağ döneminde Avrupa'nın en güçlü, çok ırklı Litvanya devleti en önemli gelişim, refah, savunma, yıkım, yaşam tarzı ve tarımcılık kültürünün izlerini bırakmıştır. Bilimsel tahminlere göre, Litvanya Grandüklüğü zamanlarında Trakai şehrinde ve çevresinde kendilerine özgü azınlıkların mirasını taşıyan 33 çeşitli milliyet insanları yaşamaktaydı.

Çarlık döneminde (1795-1917) çok uluslu Trakai mirasına Slav kültürün unsurları girmektedir. Sonraki kısa polonlaştırma dönemine (1919-1939) rağmen kültürde ve Trakai çevresi peyzajında derin polonlaştırma izleri bırakılmıştır. Ondan

sonraki Sovyetler dönemi (1918-1919, 1940-1941, 1944-1990) kendine has unsurları da bırakmıştır (Bucas).

### **2.3.2 Trakai İlçesi Coğrafi Konumu**

Trakai ilçesi Litvanya'nın güneydoğusunda yer almakta ve 1208 km<sup>2</sup> veya 120274 ha alanı kapsamaktadır. Alan, ülke sınırlarının %1,7'sini ve Vilnius ilçesinin %12,4'ü kapsamaktadır. Trakai ilçesi, Kuzey'de Neris nehrinin ortası, Batı'da Verknė nehri, Güney'de Merkys nehrinin ortası ve Doğu'da Trakai göller bölgesi sınırları içinde yer almaktadır. Trakai ilçesi, Litvanya'nın başkenti Vilnius'un 28 km Güneybatısında yer almaktadır.

Trakai ilçesine tren, otobüs veya araba ile gelmek mümkündür. İlçeden ulusal anlamında önemli yollar geçmektedir: Vilnius-Kaunas otobanı, Vilnius-Grodno (Beyaz Rusya) otobanı, Vilnius-Marijampolė, Trakai-Vievis yolları. Uluslararası otoban *Via Baltica* (Varşova'dan Talin'e kadar) Trakai'dan yarım saat uzaklıktadır. Ayrıca, ilçe sınırlarından Vilnius-Varşova demiryolu geçmektedir.

Coğrafi konumu açısından Trakai çok önemli bir yerde bulunmaktadır. Grandükü Gediminas zamanlarından beri Trakai stratejik konumu nedeniyle ülke savunmasında ayrı bir önem taşımaktadır. Neris ve Nemunas nehirleri doğal bariyerleri olarak kullanılmıştır. Ormanlar koruyucu ve yiyecek kaynağıdır. Tepeler - savunma amaçlı yapılara jeomorfolojik bir değer taşımaktadır. Günümüzde Trakai Litvanya'nın başkenti Vilnius'a çok yakın olduğundan dolayı başkente gelen turistlerin vazgeçilmez bir kültür turizminin noktası olarak değerlendirilmektedir.

### **2.3.3 Trakai'nin Nüfus Yapısı**

Trakai, tarihi boyunca çok uluslu (Litvanlar, Karaylar, Tatarlar, Yahudiler, Ruslar, Almanlar, Lehler) ve diğer Avrupa şehirleri ve onların toplulukları ile geniş

siyasi ve ticari ilişkileri sürdüren bir şehir olmuştur. Katolik, Ortodoks, Karay dini, Musevilik inançları Trakai şehrinde özgürce bir arada yaşanmıştır.

Litvanya İstatistik Departmanı verilerine göre Trakai şehrinin nüfus rakamları 2006 - 2013 yılları arasında böyle değişmiştir:

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
5319	5255	5214	5184	5070	4939	4928	4967

2015 yılı ilk yarısında Trakai İlçe Belediyesinde 33,4 bin kişi yaşamıştır. Trakai şehrinde 4,8 bin kişi yaşamıştır. Nüfusun çoğu(%63'ü) çalışma çağında olmakta, %20,9 emekli ve %16,1'i ise 16 yaşına gelmemiş çocuklardan oluşmaktadır.

2011 yılında yapılmış en güncel Trakai şehrinin milletlere göre nüfus dağılım verileri:

- Litvan - %66,53 (3282)
- Polon - %19,01 (938)
- Rus - %8,88 (938)
- Beyaz Rus - %1,44 (71)
- Ukraynalı - %0,63 (31)
- Tatar - %0,59 (29)
- Diğer - %1,56 (77)

### 2.3.4 Trakai'nin İklimi

Kış mevsiminde, ortalama en düşük sıcaklık, -25 °C. Yağış ortalaması 600-700 mm'dir. Kar örtüsü dönemi 85 - 95 gün arasında sürmektedir. Donsuz dönem süresi 140 - 150 gün olmaktadır.

Trakai İlçesinde Litvanya ortalamasına göre Sonbahar donu dönemi daha erken başlamakta, İlkbahar donu dönemi daha geç bitmektedir. Aylara göre ortalama sıcaklık, -5,5 °C (Ocak ayı) ve +17,5 °C (Temmuz ayı) arasında değişmektedir. Yıllık sıcaklık ortalaması +6 °C'tur. Yağış almayan günlerin yıllık ortalaması, 40 gün açık ve 160 gün kapalı olmaktadır.

Özet olarak, Trakai İlçesi'nde kışlar diğer ilçelere göre biraz daha soğuk, don dönemi süresi Litvanya'da en uzun dönemlerinden biridir. Ayrıca Trakai İlçesinin

aldığı yağış miktarı Litvanya yağış ortalamasından biraz daha düşük ama yıllık ortalama sıcaklık Litvanya ortalamasına yakın olmaktadır (Medzinskis, 2011, s. 12).

### **2.3.5 Ekonomik ve Sosyal Yapısı**

2014 yılında Trakai İlçe Belediyesinde 1,1 bin çocuk ile 9 tane okul öncesi eğitim kurumu vardı. 2014-2015 öğretim yılı döneminde belediye sınırlarında 3,9 bin öğrenci ve 393 öğretmen ile 17 tane genel eğitim okulu eğitim-öğretim faaliyetine katılmaktadır. Bunlarla beraber, 3 meslek okulunda 531 öğrenci eğitim görmüştür.

2014 yılında Trakai İlçe Belediyesinde 16 kütüphane, 11 kültür merkezi, 40 sanat derneği bulunmaktadır. Trakai Tarihi Müzesi Litvanya'da en çok ziyaret edilen müzelerinden biridir. 2014 yılında müze ziyaretçi sayısı 354 bine kadar ulaşmıştır.

1 Ocak 2015 verilerine göre Trakai İlçe belediyesinde 654 işletme bulunmaktadır. İşletmelerin çoğu %19,9'u toptan ve perakende satış yapan ve motorlu taşıtlar onarım hizmetleri sunan işletmeler olmuştur. İşletmelerin %11,8'i imalat, %10,1'i taşımacılık ve depolama hizmetleri, %8,3'ü inşaat ve %7,5'i diğer servis hizmetleri sunmuştur.

Trakai İlçe Belediyesi üretimin %61'i plastik ürünler sanayinden oluşmaktadır. Plastik içecek kapları, PVC pencere, kapı profilleri, sigara filtreleri, kumaşlar, mobilya, ahşap paletleri, çeşitli giyim ürünleri üretilmektedir. Kum ve çakıl ocakları işletilmektedir.

2013 yılı sonunda doğrudan yabancı yatırım 43,36 milyon Euro olmuştur (ülkenin doğrudan yabancı yatırımının toplamının %0,4'ü).

Trakai İlçe Belediyesi konaklama işletmelerinde 2014 yılında 54,1 bin turist konaklamıştır. Otel doluluk oranı %33,4 olarak gerçekleşmiştir (Kuckiene, 2015).

## **2.4 Trakai' de Turizm**

### **2.4.1 Trakai'nin Turizm Arzı ve Talebi**

Trakai ilçesi belediyesi, Trakai ilçesi geliştirme vizyonu olarak spor, turizm ve kültürden oluşan üç alanı görmektedir.

**Tablo 4.** Trakai ilçesi gelişim eğilimleri

<b>Alan</b>	<b>Gelişim eğilimleri</b>
Spor	Spor altyapısı geliştirilmesi Sakinlerin fiziki aktivite teşvik edilmesi Spor faaliyetlerinin düzenlenmesi
Turizm	Turizm altyapısı geliştirilmesi Turizm işletmelerinin teşvik edilmesi Turistik ürün oluşturulması
Kültür	Kimlik oluşturması ve milliyetçilik duygusunun oluşturulması Etnik azınlıkların kültürünün geliştirilmesi Profesyonel sanat teşvik edilmesi

**Kaynak:**(Turizmo Pletros Institutas, 2014)

Turizm altyapısının geliştirmesi ve yeni turistik ürünlerin oluşturulması, sosyal ve ekonomik gelişmesini sağlayan iç ve dış turizm büyümesini teşvik etmektedir. Turizm insanlar, topluluklar, bölgeler ve devletler üzerine çeşitli etki yaratmakta, büyüyen turist sayısı, yerel topluluklara, doğaya çevreye hem pozitif, hem negatif etkisine sahiptir. Başarılı turizm gelişiminde planlama süreçlerinin önemi büyüktür.

Turistik alanına daha çok turist çekebilmek için özel yatırımlarına yönelik kamu turizm altyapısının geliştirmesine önem verilmelidir. Bu, turistik ürün, turizm bölgesinin rekabeti artırması ve tanınmışlığı geliştirmesi için gerekli koşullarını yaratabilmektedir(Turizmo Pletros Institutas, 2014).

Trakai Turist Danışma Ofisi (TIC) Trakai turist akışları ve ana turizm pazarları hakkında her sene araştırma yapmaktadır. 2014 yılında Trakai konaklama işletmelerinde gerçekleşmiş konaklama sayısı 2013 yılına göre %7 büyümüştür.2014 yılında TIC'ı %26,2 (2013 yılında - %22) Litvanyalı ve %73,8 (2013 yılında - %77)

yabancı turist ziyaret etmiştir. Belirtmek gerekir ki, toplam turist sayısı artarken Litvanyalı turist sayısı toplam turist sayısına oranla daha fazla artmıştır. En çok ziyaretçi Rusya, Polonya, Letonya, Almanya, İngiltere, İskandinav ülkeleri ve Güney Avrupa ülkelerinden gelmektedir.

2014 yılında kamu kurumu "Terra Publica" tarafından hazırlanan Litvanya'nın en çekici 30 turistik bölgesinden oluşan iç turizm reytingleri açıklanmıştır. Listede Litvanya'nın büyük şehirleri yer almamaktadır. Reytinglerin birinci sırasında Trakai şehri yer almaktadır. Araştırma katılımcıları Yarımada Kale Kompleksi, Užutrakis Malikânesi, kilise restorasyonu çalışmalarını olumlu bulmaktadırlar. Trakai yürüyerek, bisiklet sürerek, yat veya uçak ile gezilebilen bir şehir olduğundan dolayı sevilmektedir. Güzel konaklama imkânları, özel Karay mutfağını tanıtan lokantaları, kültürel ve spor aktivitelerin çeşitliliği Trakai şehrini çekici yapmaktadır. Litvanya haritasında rahat bir konumunda bulunan göller ile çevrili Trakai ve Orta Çağ döneminde kalma Kalesi ile en çekici Avrupa turistik şehirleri ile rekabet edebilir durumdadır.

Trakai Litvanya'da en çok köy turizm işletmeleri bulunduran ilçe belediyelerinden biridir. 2014 yılında Trakai ilçesinde 46 tane köy turizm çiftliği bulunmaktadır. Vilnius ilinde köy turizm çiftliklerde konaklayan turistlerin yarısı Trakai ilçesi köy turizm çiftliklerde konaklamıştır. Litvanya tatil bölgelerinde olan köy turizm çiftliklerde konaklamış turist sayılarına göre, en çok turist Trakai ilçesine bağlı çiftliklerde konaklamaktadır (2014 yılında - 56,8 bin turist).

Litvanya Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre, 2014 yılında Litvanya'yı 2,2 milyon turist ziyaret etmiştir. Çoğu turist başkent Vilnius'u ziyaret etmiştir. Onlardan %80'i en azından kısa bir süre için Trakai'da bulunmuştur. Bu da 1,6 milyon turist oluşturmaktadır. Turistlerin büyük kısmı Trakai'ye kısa bir süre (2-3 saat) için müzeleri ve sergileri ziyaret etmeye, kültür mirası yemekleri tatmaya, tekne ve yat ile gezmeye ve hediyeleşmeye gelmektedir.

Trakai Turizm Danışma Ofisi internet üzerinde kendi web sayfasında [www.trakai-visit.lt](http://www.trakai-visit.lt) "Trakai'de Rekreasyonu" anonim bir anket araştırmasını yayınlamıştır. Verilere göre ziyaretçiler doğa keyfini çıkarmak, yürüyüş ve bisiklet



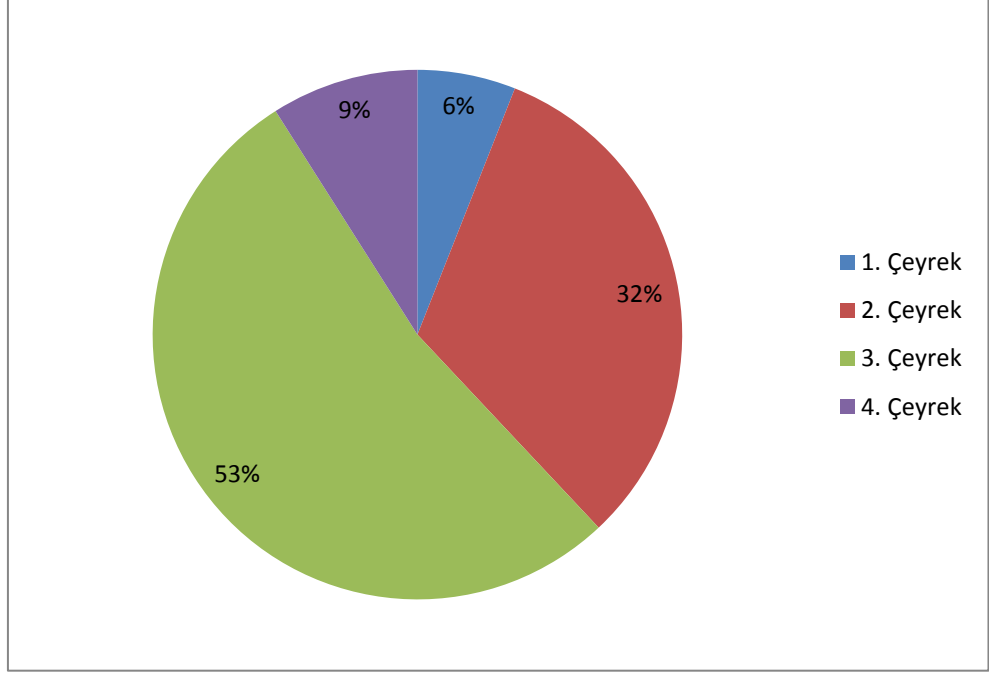
güzergâhları kullanmak, turistik yerleri görmek, yöresel yemekleri tatmak için Trakai'ye gelmektedirler. Litvanyalı turistlerin büyük kısmı (%11,3) kafeleri, barları veya lokantaları ziyaret etmekte, %8,7'si müzeleri, galerileri ve sergileri ziyaret etmektedirler. %6,9'u göllerde yüzmekte ve etkinliklere katılmakta, %5,6'sı tekne, yat, kano ile eğlenmektedir.

Konaklama ile ilgili sorular da ankette sorulmuştur. Verilere göre, %21,9'u otel, pansiyon veya misafir evinde konaklamakta, %14,1'i araba otoparkında, %14,1'i arkadaş veya akraba evinde, %7,8'i kampta, %6,2'si kendi evinde/villasında, %6,2'si kiralık odada/dairede, %3,1'i B&B tipi konaklama işletmesinde konaklamaktadır.

İç ve dış turizme yönelik Trakai ilçesi turizm pazarlaması aktif bir şekilde yapılmakta ve Trakai turizm potansiyeli yurtdışı pazarlarına tanıtılmaktadır. 2014 yılında Trakai Turizm Danışma Ofisi, Litvanya Sağlık beldeleri ve Sağlık Beldeleri bölgeleri turist danışma merkezleri, Vilnius Turizm Danışma ve Konferans Merkezi, Litvanya Dış Turizm Derneği, St. Petersburg ve Moskova partnerleri ve Trakai iş adamları ortaklarıyla 35 yurtdışı medya mensupları/tur operatörleri tanıtım ziyaretleri hazırlamıştır. 5 tane iş forumunu (Moskova'da, Varşova'da, Berlin'de, Minsk'te ve Vilnius'ta) organize etmiş ve katılmıştır(VSI Traku Turizmo ir Informacijos Centras, 2014).

Litvanya diğer bölgeleri gibi Trakai ilçesi de mevsimsellik sorununu yaşamaktadır.

**Şekil 2.**Trakai Turizm Danışma Ofisini2013 yılında ziyaret eden turist oranı.



**Kaynak:** (Traku Turizmo Informacijos Centras, 2013).

Trakai Tarih Müzesi'nin ziyaret sayıları da Trakai bölgesinin ziyaretçiler ve turistler tarafından çok ziyaret edildiğini göstermektedir. 2013 yılında Trakai Ada Kalesi Müzesi, S. Şapşal'ın Karay Etnografya Müzesi, Kutsal Sanat Galerisi ve Medininkai Kalesi'nden oluşan Trakai Tarih Müzesi'ni 300 bindenfazlakışı ziyaret etmiştir (Turizmo Pletros Institutas, 2014).

Turizm kaynakları - turistlere çekici gelen veya ihtiyaçları gideren objeler veya alanlardır. Turizm kaynaklarının bir bölgede toplanma turizm gelişiminde ve rekabetinde etki sağlamaktadır. Turistik yerin temeli, turizm hedef alanlarını teşvik eden turistik ilgi alanlarından oluşmaktadır. İnsanların seyahatlerin temel sebebi olan cazibe merkezleri turizm sisteminin en önemli bileşenleridir (Goeldner & Brent, 2006).

Trakai ilçesi kültür mirası, farklı tarih dönemlerinden kalma mirası ve burada yaşayan etnik azınlıkların kültür mirası ile meşhurdur:

- Litvan etnografik mirası, Karay, Tatar, diğer etnik azınlıkların soyut kültür mirası, malikâne, kale, Orta Çağ döneminin devlet merkezi (zanaatları, ticareti, gelenek ve görenekleri) kutsal ve Pagan kültürü;
- Değerli ve turistlere çekici gelen Trakai bölgesi mutfak mirası.

Kültürel Miras Bakanlığı verilerine göre, 2014 I. yarısında Trakai İlçe Belediyesinde 408 (389'u taşınmaz ve 19 taşınabilir) kültürel miras objesi bulunmaktadır. Trakai İlçe Belediyesi rekreasyon, turizm ve dinlenme komplekslerinin düzenleme özel planında 57 arkeolojik değeri, 13 bina kompleksi ve 53 yapı görülmektedir (Kulturos Paveldo Departamentas, 2015).

Çoğu Trakai kültürel miras objeleri Trakai müzelerinde bulunmaktadır. Trakai Turizm Danışma Ofisi tarafından hazırlanmış Trakai bölgesi turizm rehberine göre Trakai da dört tane müze bulunmaktadır. Bunlar, Ada kalesindeki Trakai Tarih Müzesi, Kutsal sanat galerisi, Karay etnografya müzesi ve Kürek müzesidir.

Galvė gölü adalarından bir tanesinde bulunan Trakai ada kalesi, Doğu Avrupa'nın da tek su kalesidir. Litvanya Ortaçağ döneminin savunma mimarisinin şaheseridir. 1962 yılında restore olmuş Trakai ada kalesinde Trakai tarih müzesi kurulmuştur. Merkez sarayında yer alan tarih sergisi eski çağlardan - XX yy. ortasına kadar dayanmaktadır. Trakai kalelerinde ve Trakai şehrinde bulunmuş arkeolojik bulguları sergilenmektedir. Madeni para hazine salonu ve Karay - Tatar kültürü tarihi sergileri yer almaktadır. Ayrıca müze koleksiyonda mobilya, pipolar, pullar, cep saatleri, seramik, cam ve kemik eserleri, av ganimetleri bulunmaktadır.

2005 yılında manastır şapelinde kapı açmış kutsal sanat galerisinde 200 civarı liturjik gereçler yer almaktadır. XVIII yy. kutsal ekmek kutusu, orijinal 1709 yılına ait Trakai Dominikliler manastırının damgası, Vilnius altıncıları XVI yy. yapımı liturjik kadehi ve benzer liturjik gereçleri bulunmaktadır.

Karay etnografya müzesi 600 sene önce Kırım'dan Litvanya'ya gelmiş Karay Türklerinin tarihi yaşam tarzı ve gelenekleri ile tanışma fırsatını sunmaktadır.

Kürek kulübünde "Academia Remigum" dünyanın farklı yerlerinden kürek sporu ile ilgili eserler sergilenmektedir.

Müzeler dışında Trakai'nin önemli eserleri arasında, 1863 yapımı Trakai Aziz Tanrının Annesi Doğumu ortodoks kilisesi, 1409 yılında Vytautas Grandükü tarafından kurulmuş Trakai Aziz Meryem Ana Ziyareti kilisesi, XVII yy. Aziz Jonas Nepomukas yol kenarı türbesi, XIV-XVII yy. dayanan Trakai yarımada kalesi kalıntıları, Şehrin sembolü - Trakai Ada kalesi (XIV-XV yy.)turister tarafından en çok ziyaret edilen Litvanya turistik eserlerinden bir kaçıdır. Küçük şehir olarak adlandırılan Karaylar sokağında bulunan geleneksel ahşap evleri ve Karay ibadet yeri kenesa, Uzutrakis malikanesi (XIX-XX yy.) ve İman, tolerans ve aşk anıtı önemli eserler arasında yer almaktadır(Vşi. Traku Turizmo Informacijos Centras, 2014).

Kafe ve lokanta hizmetleri en çok talep edilen turistik hizmetlerdendir. Trakai Turizm Danışma Ofisi raporunda yiyecek işletmelerinin %64'ü sadece turistik sezonunda hizmet verdiklerini belirtilmektedir.

**Tablo 5.** Trakai İlçe Belediyesi'ndeki yiyecek işletmeleri

<b>Yiyecek işletmesi</b>	<b>Kapasitesi</b>	<b>Yiyecek işletmesi</b>	<b>Kapasitesi</b>
Apvalaus stalo klubas	225	Kiubete	150
Pirosmani	60	Sokolado sostine	70
Traku Galve	260	Lidana	40
Remus	40	Markizas	130
Trasalis	300	Salos	70
Kybynlar	200	Senoji kibinine	60
Pizzeria	160	Senoji kibinine prie tilto	70
Kibinine-pica	60	Slenis	170
Bona	100	Turistas	100
Kafeler	1080	Viva Trakai	40
Karaimu 13	40	VRM mokymo baze	140
		<b>TOPLAM</b>	<b>2325</b>

**Kaynak:**(Traku Turizmo Informacijos Centras, 2012).

Trakai ulaşım olanakları açısından çok iyi durumdadır. Vilnius eski şehrinden Trakai eski şehrine kadar yaklaşık 28 km'dir. Bu mesafe araba ile A4 otoyolu ve sonrasında A16 üzerinden veya daha az kaliteli ama manzara açısından daha güzel olan 4727 yolu üzerinden gidilebilmektedir. Vilnius'tan Trakai'ye bir saatten az

sıklıkla otobüsler gitmekte ve yolculuk yaklaşık yarım saat sürmektedir. Yaz mevsiminde bisiklet taşımacılığı hizmeti sunulmaktadır. Ailelere %40'a kadar indirim yapılmaktadır.

En rahat ve en ucuz Trakai ulaşım aracı tren olmaktadır. Mevsime göre günde 5-10 kez giden tren 37 dakikada Vilnius'tan Trakai'ye varmaktadır. Bilet fiyatı 1,68 Euro'dur (Turizmo Pletros Institutas, 2014).

## **2.5Trakai Etnik Azınlık Toplulukları**

XIV yy. - Töton Şövalyeleri ile sürekli devam eden savaşlar ve kardeş katili kuzenlerin mücadeleleri dönemidir. Grandük Vytautas, harabeye dönen Trakai şehrinin azalan nüfus sorununu çözmeye başlamıştır.

Boş bir şehrin alanında iki kale arasında, sonra Küçük Şehir olarak adlandırılan, Vytautas Grandükü 1398 yılında II. Savaş mücadelesi sonra Kırım'dan getirilmiş Karay Türkleri yerleştirmiştir. Vytautas Grandükü zamanında 383 aile getirilmiş ve şehrin en büyük alanını bu ailelere vermiştir.

Trakai Karayları asker ve sivil olarak iki gruptan oluşmaktaydı. Askerler kaleleri ve Karay adlı adada bulunan Ada Kalesi köprüsünü korumaktaydı. Siviller ise, kâtipler, tercümanlar, çiftçiler, zanaatkârlar veya tüccarlar olarak çalışmaktaydı. XIV-XV yy. Karay çiftlikleri hakkında bilgi bulunmamakta ve birkaç tane arkeolojik bulgudan fazla genelleme yapmak mümkün değildir.

Sayıları daha az olan ve 1398 yılında Karaylar ile beraber Trakai'ye getirilen bir başka etnik grup, Tatarlardır. Şehrin Güney ve Batı girişlerinde, Vilnius, Grodno, Punia, Liškiava ve Kaunas yaz ve kış yollarının keşiş noktasında yerleştirilmişlerdi. Burada Tatarlar sadece Litvanya Grandükünü koruma ve askerlik görevleri yapmamışlardır. Her birim kendi parasıyla donanmış bir süvari temin etme zorunluluğu vardı ve Kırım, Kazan ve Volga Kağanları ile diplomatik ilişkileri sürdürmekteydiler.

XIV-XV yy. Trakai Tatarları hakkında kesin bir bilgi bulunmamakta ama Dudakalnis'te cami olduğu kesindir. 1528 yılında Litvanya'da 2720 Tatar yaşamakta ve 225 tane Tatar evi (yaklaşık olarak bin tane Tatar) Trakai'da bulunmaktaydı (Kricinskis, 1993). XIV-XV yy. at çiftlikleri ile uğraşmakta ve 1639 yılında sebze satışları yapmaktadırlar.

1414 yılında Trakai'ye gelen Flaman gezgini Gilbert de Lannoy Trakai'den bahsetmiştir: "Trakai şehrinde ve çevresinde akrabaları ile yaşayan çok fazla sayıda Tatar bulunmakta, onlar Hz. İsa'nın Dinini bilmeyen gerçek sarazenlerdir. Kendilerine özgü Tatarca diline sahiptirler" (Jurginis & Sidlauskas, 1988), (Lisauskaite, 2003).

Çeşitli milliyette insanlar Trakai'ye özgü şehrin karakterini oluşturmuştur. Şehrin farklı bölgelerinde farklı yapı tarzları ve binaların tipolojik unsurları değişmektedir.

Katolik bölgesi farklı coğrafi şartları olduğu ve tarihi yapı çeşitliliği ile ortaya çıkmaktadır. Bu bölgede binaların uzunluğu, büyüklüğü ve çatı şekilleri değişmektedir. En geniş bölge olduğu için daha çok sokak içermekte ve çeşitli yapılar ile inşa edilmektedir. Merkezinde ticari alanlarına sahip daha zengin şehirliler yaşamaktadır.

Yarımada Kuzey bölgesi -"Karayların ucu" en rahat kale koruyucularının yaşam alanıdır. Bölgenin karakteristik özelliğini taşıyan en eski tarz evleri, bir tane sokak, ince ve uzun arsalardan oluşmaktadır. Geleneksel blok evlerinin üç pencerele sokak cepheleri dikey tahtalar ile döşenmiştir.

Tatarların yaşam alanı şehrin Batısında yer almaktadır. Cami yıkıldıktan sonra bölgenin yapılandırma karakteristiği de değişmiştir. Spesifik yapı unsurları kalmamıştır. Bu bölge yeni inşaat ve sokakların kurulması ile Sovyet döneminde daha da çok etkilenmiştir (Steponavicius, s. 116).

Bir açıdan Trakai, Karay Türkleri, Yahudiler, Tatarlar, Almanlar, Ruslar, Lehler ve Litvanlar gibi grandüke sadık elemanlardan oluşan rezerv olarak değerlendirilebilmektedir. Trakai Tatarların ve Karayların baştan özgür kolonistler

mi olduğu yoksa savaş esirleri mi olduğu tam beli değildir. Durum ne olursa olsun, Grandükü Vytautas ile direk ilişkileri olduğu kesindir. Onlar arasında Vytautas kültü uzun yüzyıllar yaşanmıştır.

1414 yılında Flaman diplomatı ve seyyahı Gilbert de Lannoy Litvanya'yı ziyaret ettiğinde bunu fark etmiştir.

Trakai şehrinde ve çevresindeki köylerinde çok sayıda Tatar ile birlikte Almanlar, Litvanlar, Ruslar ve çok fazla Yahudi yaşamaktadır. Toplulukların her biri ayrı bir dil konuşmaktadır(Rowell, 2003).

Bu durum Litvanya Grandüklüğü'nün gerçek durumunu, onun iç bölgeleri arasındaki ilişkilerini, Karadeniz'e doğru büyümesini ve sonuçta Kırım'dan Kara Deniz dünyasından çekilmesini yansıtmaktadır. Trakai Yahudileri (büyük ihtimale Karay Türklerinden bahsetmekte) Tatarlar ile birlikte Litvanya Grandüklüğü'nün Güneyindeki bölgelerden gelmektedirler. Navahrudak'ta, Minsk'te, Putivl'de ve Kiev'de vergi toplama işlerini yönetmişlerdir. Litvanya Grandüklüğü'nün Güneyindeki Tatarlarca yönetilen Kırım'daki, Konstantinopolis'teki dindaşları ile bile ilişkileri sürmüşlerdir(Mann, 1935). Ama onlar ayrı bir gettoda yaşamamışlardır. Trakai Karayları tüccarları ve bilim adamları (ilahiyatçıları) diğer Litvanya bölgelerinde ve yurtdışında olan Karaylar ile yakın ilişkileri sürdürmüşlerdir. İsaac of Troki'nin Hıristiyan görevlileri, piskoposları, asilzadeleri, Trakai voyvodası Steponas Zbarazskis ile görüşmeleri ve tartışmaları yaygın bir şekilde bilinmektedir. 1576 yılında Trakai voyvodası tarafından ona okul için izin verilmiştir. Sonuç olarak İsaac of Troki Litvanya Grandüklüğü'nde yazılmış en etkileyici kitaplardan birinin (Chizzuk Emunah: "Dini destek") yazarıdır. Ama tek tartışan sadece İsaac değildir. Krakow'dan kalma el yazmasından Krakow Grandükü Kazimir malikânesini ziyaret etmiş Zub isimli Yahudi hakkında bilgi ortaya çıkmaktadır. O devirde Tatarlar, Katolikler ile Tanrı'nın doğasını tartışmaktadır(Rowell, 2003). şunu belirtmek gerekir ki, Krakow malikânesinde Hıristiyan, Tatar ve Yahudileri bir ortamda bulmak inanılmazdır ve Litvanya Metrikleri'nde bulunan Zubai ve Zubecai ailelerinden dolayı burada Trakai vatandaşı Karay Türkü hakkında konuştuklarını tahmin edilmektedir(Rowell).

### 2.5.1 Karay Türkleri

Karay Türklerinin Litvanya'daki tarihi 1397-1398 yılında başlamaktadır. Altın Ordu bozkırlarına düzenlenen sefer sırasında Litvanya Grandükü Vytautas Kırım'dan birkaç yüz Karay ailesi getirip onları Litvanya Grandüklüğü topraklarına yerleştirmiştir. Grandükü Vytautas Karayları, sadık koruyucusu ve cesur askerleri olarak görmekteydi. Litvanya Grandükü ve Karaylar arasındaki ilişkiler her zaman iyi olmuştur. Bugünlere kadar Karaylar tarafından Vytautas'a duyulan saygı, başka bir deyişle kültü (hikâyeler, efsaneler, şiirler) ve Vytautas'ın onları en sevdiği yerleşim yerlerinden birinde, Ada Kalesine köprü ile ulaşılan tek sokağa Trakai'ye yerleştirmesi bunu kanıtlamaktadır. Böylece Vytautas kendisine koruma sağlamıştır. 1930 yılında Litvanya Grandükü Vytautas'ın (Karaylar tarafından *Vatat Bijus* "düşmanları yenen kral" olarak adlandırılan) 500'üncü ölüm yıldönümü Vilnius Kenesası'nda ibadet töreni düzenlenmiştir (Kobeckaite, 1997, s. 42).

Birkaç yüz Karay ailesi ve birkaç bin Tatar'ın Kırım'dan getirilmesi tek seferlik olmadığının düşünülmesinin de bir sebebi vardır. Grandük Vytautas'ın ulusal politikası, boş toprakları nüfuslandırmak, kaleler ve yeni şehirler inşa etmek, ticareti ve ekonomik hayatını canlandırmaktı.

İlk olarak Karaylar Trakai'da iki büyük kale arasında, bugünkü Karay sokağında yerleştirilmiştir. Sonraki dönemlerde Biržai, Naujamiestis, Pasvalys, Panevėžys şehirlerinde onların yerleşim yerleri oluşmaktadır. Ama Trakai şehri, Karay topluluğunun Litvanya'daki idari ve dini merkezi olmaktaydı. Kırım ve Haliç - Lutsk Karayları ile etnik, kültürel ve etnik dini ilişkilerine rağmen zaman geçtikçe Trakai, Karaylar tarafından sadece memleket olarak değil, anavatan olarak görülmektedir.

Litvanya'da yerleştikleri zaman Karaylar ayrı bir topluluk (džymat) oluşturmuştur. Topluluğun ve üyelerin hukuki durumu hükümdarların ayrıcalıklarına dayanarak oluşturulmuştur. Grandük Vytautas tarafından verilen ayrıcalıkların orijinal belgeleri kalmamıştır. İlk Karayların Litvanya'daki hukuki durumunu belirleyen ayrıcalığı - 27 Mart 1441 yılında Grandükü Kazimir tarafından Trakai



Karaylarına verilen Vilnius, Trakai ve Kaunas şehirlerinde olan Magdeburg Hukuku'dur. Bu dokümana göre Karaylar kendilerinin seçtiği şehir yöneticisi tarafından yönetilme özerkliğine sahipti. Karaylar şehir yöneticisine karşı sorumluydular, şehir yönetici ise hükümdara karşı sorumluydu. Şehir yöneticisi, mahkeme ve karar verme hakkına sahipti. Karay topluluğu işlerine ne voyvoda ne de onun yardımcıları karışabilmekteydiler. Karay ve Hıristiyan arasında tartışmalar olduğu zamanında, davalara şehir yöneticisi ve voyvoda birlikte bakmaktadırlar(Kobeckaite, 1997, s. 44).

1492 yılında Grandük Aleksandr ve 1507 yılında Grandük I. Zygmunt tarafından verilen ayrıcalıklara göre bütün Litvanya Grandüklüğü topraklarında Karaylar, gümrük vergilerinden, koruma görevinden ve Eski Trakai Sarayında hasat toplama görevinden muaf tutulmuşlardır.

Temel Karay ayrıcalıkları sonraki Litvanya hükümdarları devrinde de devam etmiştir. Karaylara, bütün Trakai sakinlerinin haklarına ve özgürlüklerine sahipken, ayrıca ek haklar da verilmekteydi. Şehir düzenini korumak, ticareti sürdürmek, yüksek makamlı görevlileri ve misafirleri kendi evlerinde misafir etmek, kenesa inşa etmeleri ve restorasyonu için Karaylara ek hakları verilmiştir. 17 Mart 1495 yılında Grandük Aleksandr tarafından Karayların ev işlerinde Hıristiyan tutma hakkı verilmiştir.

Karaylar hakları ve özgürlükleri ile gurur duymuşlardır. 1483-1486 yılında Trakai'den Konstantinopolis'e yolladıkları mektuplarında, Litvanya hükümdarının ve diğer yüksek görevlilerin vergileri ağırlaştırmadıklarını, dinlerine karışmadıklarını, kendileri mahkemelerinin var olduğunu yazmışlardır.

Trakai'de yaşayan Karaylar bağımsız idare edilen ve ayrı şehir olarak adlandırılan ve kendine has bir "şehir" damgası olan ayrı bir bölgede bulunmuşlardır. Bölgenin yöneticisi, dini kurulu, Karayları merkezi olan Trakai'de ikamet etmiştir(Kobeckaite, 1997, s. 45).

Karay topluluğunun kendisine ait bir hazinesi var olmuştur. Hazine gelirleri Trakai şehrinde tartı, balmumu dökümhanesi, şehir kapısından geçişleri vb. için

biriktirilen vergilerden oluşmuştur. Bundan başka topluluğa 10 volok (213,8 ha) tarım arazisi ve ortak çayır, meralar verilmiştir. Hazine işlerine ayrı bir kişi olan hazinedar (chaznačy) bakmıştır. Hazine gelirleri topluluk işleri için kullanılmıştır.

Hukuki durumlarına göre Karaylar hem yerel halktan hem Litvanya'da yaşayan diğer etnik gruplarından farklı olmuştur. Tatarlar ve Yahudiler ile beraber Hıristiyan olmayanlar arasında yer alırken, buna rağmen onların aksine Karayların şehir yöneticisi tarafından yönetilen idari ve hukuki özerkliği olmuştur.

Litvanya'da yaşayan Karaylar askeri ve sivil olmak üzere iki zümreden oluşmaktaydı. Trakai'de asker olarak görev yapan Karaylar şehir güvenliğinde ve kalelerin korunmasında görevlendirilmişti. Sonraki dönemlerde Trakai kalelerinin askeri önemi sona erince, bu göreve artık gerek kalmamıştır. Karaylar hakkındaki doküman kalıntılarında kendileri tarafından Grandükün albayları olarak adlandırılan Karaylar, hükümdarın yanında ayrı bir Karay biriminin olduğu tahmin edilmektedir. Ayrıca askerlik yapan Karaylar askeri zümreye ait haklarını da kullanmışlardır (Kobeckaite, 1997, s. 48).

Karayların daha büyük bir kısmı toprak ile uğraşan sivillerden oluşmaktaydı. Bahçecilik ve hayvancılık, özellikle atçılık ile uğraşırlardır. Diğer şehirler sakinleri gibi Karaylar da zanaatlar, ticaret ile uğraşmışlar, konukevleri işletmişlerdir. Birkaç tane aileden oluşan tüccarları Litvanya Grandüklüğü ticari merkezleri, Karadeniz ve Batı Avrupa şehirleri ile ticaret yapmışlardır. Karaylar arasında doktorlar, ilahiyatçılar, felsefeciler, matematikçiler ve diğer meslekten insanlar olmuştur.

Litvanya'da Karay toplumu hiçbir zaman kalabalık olamamıştır. Özellikle onların sayısı 1710 yılındaki vebadan dolayı çok azalmıştır. O zamanlar Trakai'de sadece birkaç aile kalmış ve şehir yöneticisi geçici olarak Vilnius'a taşınmak zorunda kalmıştır (Kobeckaite, 1997, s. 53).

## **2.5.2 Karayların Tarihi**

İki Türk milleti olan Tatar ve Karaylar Litvanya'da 600 yıldan fazla bir süredir yaşamaktadırlar. Dil ve köken açısından en eski Türk kabilelerinden olan Kıpçaklardan gelmektedirler. Kıpçak ismi ilk kez M.Ö. I. bin yılında Orta Asya Kroniklerinde geçmektedir.

M.Ö. V. yy. Kıpçaklar Batı Moğolistan'da yaşamakta ve M.Ö. III. yy. sonunda Hunlar onları yenmiştir. VI-VIII yy.da göçmen Türk imparatorlukları kurulmaya başladığı zaman, Kıpçaklar Orta Asya tarihi ve göçü ile yakından ilişkilidir.

Orta Çağ döneminde Kıpçaklar Doğu Avrupa'da önemli bir rol oynamaktadırlar. Belirtmek gerekir ki, Batı Avrupa tarih ve dil bilim adamları onları Kuman olarak adlandırmakta, Rus bilim adamları, Polovci olarak ve Türk kaynaklarında ise Kıpçak adı ile bilinmektedirler. En büyük Türk kavmi olan Oğuz Türklerini takip ederek, X. Yüzyılda Kıpçaklar Volga'dan geçerek Karadeniz ve Kuzey Kafkas bozkırlarına yayılmıştır. Deşt-i Kıpçak adıyla bilinen XI-XV yy. Tien-Şan Dağlarının Batısından Tuna nehrine kadar dayanan büyük bir alana sahiplerdir. Onların farklı kavimleri Hanlar tarafından yönetilmiştir ve tek bir devletleri olmamıştır.

1223 yılında Kıpçaklar Kuzey Kafkasya'da sonra Kalka savaşında da Moğollara yenilmişler ve iki parçaya ayrılmışlardır. Doğu Kıpçaklar Moğollar ile asimile olmuş ve kendi dilini onlara aktarıp Altın Ordu'nun temelini oluşturmuşlardır. XIV yy. Kıpçakları olarak adlandıran Altın Ordu'nun parçası Tatar, Kazak, Başkır ve diğer Kıpçak grubu dilleri konuşan milletlerin başlangıcı olmuşlardır. Batı Kıpçaklar Macaristan'a ve Bulgaristan'a kadar yayılıp yerliler ile asimile olmuşlardır. Bir başka daha Kıpçak grubu da Mısır'da Memluk devletini kurmuştur.

Kırım Hanlığı döneminde Karaylar ve Kırımçaklar Bahçesaray, Balaklava, Sugdeya (Sudak), Kefe, Mangup, Karasubazar'da yerleşmiş olarak Evliya Çelebi Seyahatnamesinde de geçmektedir. Bahçesaray yakınlarındaki Çift - Kale ise güvenli bir yerde olduğu ve Hana bağılıklarıyla tanındıkları için Karayların kendi

korumalarına terk edilmişti ve bu kale aynı zamanda Kırım Hanlığının önemli esirlerini hapsediği bir hapishanedir (Altınkaynak, 2008, s. 2).

Kıpçaklar en büyük Türk etnik ve dilsel topluluklardan birini oluşturmaktadırlar. XX yy. ortasında dünyada 35 Türk boyu(yaklaşık 70 milyon insan) bulunmaktaydı. Bu boylardan 10 tanesi (yaklaşık 15 milyon insan) Kıpçak grubundan gelmekte, 11'i (37 milyon insan) Oğuz grubundan gelmekteydi. En çok Kıpçak Orta Asya'da, Çin'de, Kafkas'ta, Moğolistan'da, Türkiye'de yaşamaktadır (Kobeckaitė, 1997, s. 12).

1934 yılında Trakai ve Panevėžys şehirlerinde Profesör Corrado Gini yönetiminde İtalya antropolog heyeti inceleme yapmıştır. Her yaştan ve cinsiyet Karaylar araştırılmıştır. 1936 yılında *Genus* isimli İtalya dergisinde kan ve diğer antropolojik özellikleri sonuçları yayınlanmıştır. Antropolojik olarak Karaylar, ataları Volga Bulgarları olan, eskiden Hazarlar ile akraba olmuş Çuvaşlara benzemektedirler(Kobeckaitė, 1997, s. 60).

Akademik literatürde Karayların Yahudi soyundan geldikleri de tartışılmaktadır. XIX. Yüzyıla kadar Doğu Avrupa Karayları Yahudilerden farklı oldukları düşünmekteyse de, dini tartışma sınırlarını hiç bir zaman geçememişlerdir. XIX yy. Rusya İmparatorluğu tarafından yürütülen Yahudi politikası zamanında, Karayların Yahudilerden farklı oldukları ve devletteki sosyal durumlarını iyileştirmek amacıyla dinleri referans olarak gösterilmiştir. Yine de o zamanlarda Karaylar arsında hala kendilerini "Musevi geleneğinden gelen Yahudi kökenli bir millet" olduğu görüşü yaygındı.

XX yüzyılda Karayların kendilik algısında kırılma noktası yaşanmıştır. Modern Karay algısı oluşumunda en çok Karay dini lideri Seraya Şapşal katkıda bulunmuştur. En önemli Şapşal'ın faaliyetlerinden Karayların kendilik algısını Musevi geleneğinden tamamen uzaklaştırmak ve Karay topluluğunda yeni kimlik öğeleri oluşturma politikası olmuştur. Şapşal tarafından başlatılmış Karay dili reformları İbranice terimlerini Türkçe ile değiştirmiş ve Karay dili temelinde, Karayların Türk kavminden gelme teorisini ispatlamayı amaçlamıştır. XX yy. yarısına kadar kurulmuş olan Seraya Şapşal'ın güçlü Karay etnik kimliği ideolojisi,

hem toplulukta hem de toplumda, kısmen de akademik ortamda oturtulmuştur (Troskovaite, 2013, s. 9).

### 2.5.3 Karayların Dini Temelleri

Eski Ahit, Karayların dininin temelidir ve On Emir onun en önemli parçasıdır. Kendine has olan dogmaları, dini gelenekleri, dini hiyerarşisi ile ayrı bir Karaizm dini VIII yy. II. Abbasi halifesi Mansur yönetimi zamanında Irak'ta oluşmaktadır. Karay dini Tevrat'ın yazılı yorumları ile bozulmaya karşı bir protesto olarak ortaya çıkmıştır. Anan ben David Karaizm kurucusu olarak bilinmektedir.

Karay kelimesi Yahudi literatüründeki ananeyi, yani sözlü geleneği kabul etmeyen, sadece Tevrat'ı kabul eden Musevi mezhebi mensuplarına verilen isimdir. Günümüz Karay Türklerinin bazıları, kendilerine Yahudi dedirtmedikleri gibi, Museviliğin bir mezhebi tanımlamasını da kabul etmemektedirler (Gülsevin, 2013, s. 208).

Karay dini etnik ve dini bakış açısından karmaşık bir bölge olan Irak'ta oluştuğu için İslam'dan çok etkilenmiştir. Bu durumda Karaizm *mütekellim* ve *mutezile* mezheplerinin iman görüşleri ve dini felsefi dogmalarını almıştır, Hanefi mezhebinin ise "ritüel hukuku", "farklı etnik kültürlere hoşgörü" ilkelerini almıştır. Bu mezheplere dayanarak İslam hukuk terimi kıyas analogi prensibini kullanılmıştır. İslam'ın etkisi klasik Arapçaya dayalı Karay dini terminolojisinde de hissedilmektedir. İslam'dan Karay dinine de Kurban bayramı önemli dini bayramı olarak geçmiştir.

VIII yy. Karaizm'in merkezi Bağdat'tan Kudüs'e geçmekte ve orada ilk dini ibadet yeri kenesa inşa edilmektedir. VIII-X yy. misyonerler yardımı ile Karaizm Suriye'de, Mısır'da, Filistin'de, Bizans'ta, Fars İmparatorluğunda, Kuzey Afrika'da yayılmaktadır. Kudüs'te Karay etkinliği takip edilmeye başlanınca, hareket Konstantinopolis'e geçmektedir. XII-XIII yy. Karaizm Konstantinopolis'te altın dönemini yaşamaktadır.

Bugünkü Güney Rusya bölgesinde yer alan ve IX yy. zirvesine ulaşmış Hazar Kağanlığı dinlere gösterdiği hoşgörüsü ile ün yapmıştı. VIII-X yy. Kağan'a ulaşmış Karaizm misyonerleri Güney Rusya bozkırlarında ve Kırım'da yaşayan bir kesim Türk kavimlerinin (Hazar, Kıpçak-Kuman ve diğerleri) din değiştirmelerine sebep olmuşlardır. Ortak bir din ve dil bu kavimleri bir ulusa dönüştürmüş ve din ismi etnik grubun adı olmuştur. Bugünkü Litvanya Karayları, bu kavimlerin torunlarıdır. Kırım, Haliç-Lutsk ve Litvanya Karayları ortak bir köken, geçmiş, din, dil (lehçeleri ile), manevi ve maddi kültürü ile birleşen bir halk oluşturmaktadır.

Karaylar ibadethane olarak *kenesa*'da dua etmektedirler. *Kenesa* Arap dilinde kilise anlamını taşımaktadır. En eski Litvanya kenesası XV yy. Trakai'da inşa edilmiş ve bugünkü Karay sokağında bulunmaktadır. Litvanya'da Trakai'da ve Vilnius'ta iki tane Karay kenesası bulunmaktadır. Eskiden kenesalar, Biržai, Naujamiestis ve Panevėžys gibi başka Litvanya şehirlerinde bulunmaktaydı. Karay dini kültürü Sovyet döneminde bile Litvanya'da devam ettirilmiştir. Avrupa'nın tek kenesası olarak Trakai kenesası hiç kapanmamıştır (Kobeckaite, 1997, s. 16).

#### **2.5.4 Karay Türkçesi**

Yapılan araştırmalar, Karaylar olarak bilinen Musevi Türklerin, Hazarların devamı olduğu fikrini savunmaktadır. Karayca, gramer özelliklerinde bazı Türk lehçelerine göre farklılıklar olmasına rağmen Eski Doğu Türkçesinin devamı olarak kabul edilmektedir (Doğan, 2010).

Hazarların dört yüz yıl boyunca yaşadıkları coğrafi alanda, Türklük açısından Hazarların bakiyesi olarak kabul ettiğimiz bazı Türk boyları şunlardır. Musevi olan Karaim ve Kırımçaklar, İslamiyet'i en son kabul eden Türk boylarından Karaçay-Malkarlar ve yine bir Müslüman unsuru olarak Kumuklar, Hıristiyan temsilcisi olarak da Urumlar bu bölgede hayatlarını sürdürmektedirler. Hatta Kafkasya'nın yerli halklarından olan Kabartaylar da bazı bilim adamlarınca hazar bakiyesi olarak kabul edilmektedirler (Özdemir P. , 2013, s. 197).

Etnik, coğrafi veya dil özelliği farklılıklarına göre yapılan Türk lehçeleri sınıflandırmasında Karayca, etnik olarak *Kıpçak; Kıpçak-Polovets*, coğrafi olarak *Batı; Kuzeybatı; Karadeniz-Hazar çevresi* ve dil özelliklerine göre de *tav; tavlı; kalgan* grupları içinde kabul edilmiştir (Eren, 1983).

Karayca, Türkologlar tarafından Kıpçakçanın bir kolu olarak gösterilmiştir. Aslen Kırım bölgesinde şekillenmiş olmakla birlikte, 3 farklı bölgede kısmen farklılaşmış 3 ağza ayrılmıştır.

- Troki (Trakai) ağzı
- Haliç-Lutsk ağzı
- Kırım ağzı

Troki ağzının Karaycanın esas dili kabul edilir çünkü eski yazmalar ve edebi metinler daha çok bu ağızda yazılmıştır. Kırım ağzı zamanla Kırım Tatarca'sı içinde asimile olmuştur. Kırım ağzının edebi ürünleri, Troki ağzıyla yazıya geçirilmiştir. Araştırmacılar tarafından Troki ağzı ile Haliç-Lutsk ağzı arasındaki farklar araştırmacılar tarafından daha önce belirlenmiştir (Gülsevin, 2013, s. 209).

Karayca eserlerin büyük bölümü İbrani harfleri ile yazılmış olan dini metinlerdir. Bunun dışında Karayca metinlerinde Kiril ve Latin harfleri de kullanılmıştır. Günümüzde Litvanya'da Troki ağzına dayanan Karayca eserler yayınlanmaktadır. Bu metinler Litvanya'da kullanılan Latin harflerine göre düzenlenen alfabe ile yazılmaktadır. Sovyetler Birliği döneminde ise, Kiril harfleri Karayca metinlerde kullanılmıştır.

Karayların dili incelenme veya çalışılma bakımında fazla şanslı olmamıştır. Karaylarla ilgili çalışmalar 17. Yüzyılda başlamış olsa da bu ilk çalışmalar onların dilleri üzerine değil, dinleri üzerindedir (Gülsevin, 2010). Her yaz dünyadaki Karaylar için Litvanya'da Trakai şehrinde Karayca dili yaz kampı düzenlenmektedir.

Karaylar çevrelerinde pek makbul karşılanmayan ve bulunmayan bir mezhebe bağlı oldukları için sık sık başka toplumların yadırgamaları, hatta düşmanlıkları karşı karşıya kalmışlardır. Bu durum onların ya daha izole bir hayat sürmelerine ya da topraklarını terk etmelerine sebep olmuştur. İzole hayat sürmeleri, dillerinin başka

Türk lehçelerinden etkilenmesini de nispeten engellemiştir. Her ne kadar Kırım'da kalanların dili Kırım Tatarca'sının içinde eridiyse de, Litvanya ve Polonya'ya yaşayanların dilinde arkaik özellikler uzun süre muhafaza edilmiştir (Gülsevin, 2013, s. 213).

Bugünkü Litvanya'da yaşlı nesil Karaylar Karayca konuşmaktalar ve maalesef de Karayca bilenlerin sayısı gün geçtikçe daha da azalmaktadır. Tarih boyunca Karay dili günlük yaşamda ve liturjide kullanımı, dilin zenginliğine ve özelliğine, hatta hayatta kalmasına sebep olmuştur. Günümüze kadar Litvanya'da canlı kalmış Karay dili spesifik yapı özelliklerini ve diğer Türk dillerinde yok olmuş çok fazla eski Türkçe kelimeleri korumuş durumdadır (Kobeckaite, 1997, s. 32).

### **2.5.5 Litvanya Karay Türklerin Günümüzdeki Durumu ve Kültürel Mirası**

Litvanya Karaylarının sosyal, kültürel, etnik, dini ilişkileri araştırmak amacıyla 1997 yılında Litvanya İstatistik Departmanı "Karaylar Litvanya'da" isimli bir araştırma yapmıştır. Bütün yetişkin Karayları ve karma ailelerin (eşlerden biri Karay ise) üyelerine anket araştırması yapılmıştır. Araştırma zamanında 1997 yılının başında Litvanya'da 257 Karay yaşamaktaydı ve onların 32'si 16 yaşına gelmemiş çocuklardan oluşmaktaydı.

**Tablo 6:** 40 yılda Karayların sayısal değişimleri

	1959	1970	1979	1989	1997
<b>Toplam Karay sayısı</b>	<b>423</b>	<b>388</b>	<b>352</b>	<b>289</b>	<b>257</b>
Nüfus sayısına göre %	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01



**Tablo 7:** Karayların ikamet ettikleri yerleri

	<b>Toplam</b>	<b>16 yaşına gelmiş çocuklar</b>
<b>Toplam</b>	<b>257</b>	<b>32</b>
Vilnius	138	20
Trakai	65	9
Grigiškės (Trakai ili)	6	1
Lentvaris (Trakai ili)	4	1
Kaunas	4	-
Noreikiškės (Kaunas ili)	4	-
Panevėžys	31	1
Naujamiestis (Panevėžys ili)	2	-
Pasvalys	2	-
Šeduva (Radviliškis ili)	1	-

**Kaynak:** (Lietuvos Statistikos Departamentas, 1997).

Şu anda Litvanya’da iki tane tüzel kişilik statüsünde Karay kamu kuruluşu çalışmaktadır:

1. Litvanya Karaylar dini topluluğu, devlet tarafından tanınan dokuz geleneksel dini topluluktan biridir. XIV yy. beri Litvanya dini Karay topluluğunun haklarını devam ettiren topluluktur. Topluluğun başkanı Din lideri olmaktadır. Topluluk tamamen bağımsızdır.
2. Litvanya Karayları Kültür Topluluğu, 1998 yılından beri çalışmaktadır. Yönetim yapısı Genel üye kurulu ve onun tarafından seçilen Konsey’den oluşmaktadır. Konsey üyelerinden başkanı seçmektedir. 1998 yılından beri Topluluğun başkanı olarak Karina Firkavičiūtė yer almaktadır (Litvanya Karayların Resmi Web Sitesi).

Ünlü Türkolog Karay hahambaşı Seraya Şapşal (1873-1961)’un özel koleksiyonundan alınan parçalar ile 1967 yılında Trakai’da Karay etnografya müzesi

kurulmuştur.1951 yılında Şapşal'ın koleksiyonu Trakai Milli Tarihi Müzesi'ne verilmiştir. Samuray zırhları, suaygırı deri kalkanı, mercanlar ile süslü hançer, eyerler, tepsiler, tarihi ve etnografya koleksiyondan çeşitli Karay yaşam tarzı ve el işi örnekleri koleksiyonda yer almaktadırlar. Karay müzesi Avrupa Birliği'nde tek Karay müzesi olduğu için Karay kültürünün eşsiz bir örneğidir. Müze, Karay halkının tarihi, dili ve dini ile tanışma fırsatı sunmaktadır.

Trakai Karayları ibadethanesi kenesa, Trakai eskişehrinin Kuzeybatıda tarafında, Karay sokağında yer almaktadır. Kenesa XIV yüzyıldan beri Karayların yaşadıkları bölgede, Küçük şehirde bulunmaktadır. XVI yy. yanmış ve 1533 yılında yeniden inşa edilmiştir. XVIII yüzyılına kadar birkaç kez daha yıkılmış olup yeniden restorasyon geçirmiştir. 1794 yılında bir daha yangın yaşamış ve Slutsk ve Kırım Karayları tarafından yeniden inşa edilmiştir. 1812 yılında Trakai'dan geçen Fransız askerleri tarafından yine yakılmıştır. XIX yy. I. yarısında ahşap kenesası yeniden inşaat edilmektedir. 1903-1904 yılında kenesa 1898-1899 yılın projesine göre restore edilmiştir. Çalışmalar Karay dini lideri Feliksas Maleckis girişimi ve mühendis Michail Prozorov yardımıyla yapılmıştır. Kenesanın yanında okul bulunmaktadır. Kenesa, kare şeklinde, tek katlı, iki odalı bir binadır. Ana salonuna, erkek kısmına, üç girişten girilmektedir. Verandasındaki merdivenlerinden balkona, kadın kısmına çıkılmaktadır. Dört tane ahşap kolonu balkonu tutmaktadır. Tavanı, mavi renkli sekizgen kubbedir. Dört yamaçlı, iki aşamalı çatısı vardır. Bina, Trakai Karayları dini topluluğuna aittir (Traku Istorinis Nacionalinis Parkas, 2015).

Trakai şehrinde Uluslararası Yaz Karay Dili Kampı on ikinci yıldır Litvanya'da kurulmaktadır. Dil kampı, Litvanya Karayları kültür topluluğu tarafından düzenlenmektedir. Karayca kampına dünyanın farklı yerlerinden Karaylar katılmaktadır. Her sene yaklaşık 80 kişi 2 haftalık yoğun programlarında yer almaktadır. Nesli tükenmekte olan dünya diller listesinde yer alan Karayca bu yaz kampında sürdürülmektedir.

Eski Karay Mezarlığı Trakai şehrinin batısında yer almaktadır. Mezarlık XIV. yy.da kurulmuştur. Mezarlığın Kuzey tarafında 1710 yılında olan vebaya kadar ki cenazeler gömülmüş, Güney tarafına ise vebadan sonra 1932 yılına kadar ki

cenazeler gömülmüştür. En eski mezar taşları basit taşlar olmakla beraber, sonraki dönemlerdeki, ornamentler ve İncil alıntıları ile süslenmiştir. 1710 yılından sonra yerel kültürün etkisi hissedilmektedir. Karaycanın yanında, Rusça ve Lehçe yazılar mezar taşlarında yer almaktadır. Sonraki dönemleri mezarlar demir çitlerle çevrilidir. Bütün mezarlık alanı taşlar ve topraktan oluşan çitlerle çeviridir. Kuzey kapısı XVIII. yy.dan kalma, Batı kapısı ise 1897 yılı yapımıdır. Mezarlık, Trakai Tarihi Milli Parkı'nın anıt alanıdır (Traku Istorinis Nacionalinis Parkas, 2015).

Litvanya'da "Birlik" isimli Karay dans topluluğu Karay kültürünü sürdürmektedir. Dans topluluğu "Sanduhaç" devamı olan "Birlik" çocuk dans topluluğu 2010 yılında kurulmuştur. Karay Dans Topluluğu, Karay geleneklerini Litvanlara tanıtmakta ve Litvan Tatar topluluğu ile ortak programlara ve uluslararası festivallere katılmaktadır.

Trakai'de Karay mutfak mirasını tanıtan birçok yerel lokanta bulunmaktadır. Genelde etli ve hamur işi ile meşhur geleneksel Karay mutfağının en ünlü yemeği *kabin*'dir. Bu, mayalı hamurdan yapılan kuzu veya dana etinden böreği, hem yerel Karaylar tarafından işletilen lokantalarında hem de Karay olmayanlar tarafından işletilen lokantalarında bulmak mümkündür. Ayrıca bazı lokantalar geleneksel Karay mutfağı hakkında dersler vermekte ve geleneksel yemekler yapmayı öğretmektedir.

Trakai eskişehirinde bulunan en önemli sokaklardan biri Karaylar sokağıdır. Tarih boyunca Karaylar o sokakta yaşamaktadırlar. Bütün etnografya evleri ahşap tahtalar ile dekore edilmiştir. Geleneksel Karay evi sokağa bakan üç pencereden oluşmaktadır. Efsaneye göre, Karay evi inşa edilirken, birinci pencereyi kendisine, ikincisini Grandük Vytautas'a ve üçüncüsünü ise Tanrıya adanmaktadır. Çoğu Karaylar sokağındaki evler Litvanya kültür mirası listesinde yer almakta ve koruma altındadır.

Trakai'da en çok ziyaret edilen müze, Trakai Tarihi Müzesi, Trakai Ada Kalesinde yer almaktadır. 2009 yılında Trakai Ada Kalesi yenilenmiş ve merkez sarayı sergisinde "Litvanya'da Karaylar ve Tatarlar" isimli salon kapısını açmıştır. Müzede geleneksel Karay ve Tatar yaşam tarzları ve kültürlerini yansıtan

koleksiyonlar bulunmaktadır. Koleksiyon geleneksel kıyafetlerden, ev gereçlerinden ve askeri aletlerinden oluşmaktadır.

## 3. BÖLÜM

### 3. ARAŞTIRMA KISMI

#### 3.1 Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Nitel araştırmanın seçilme sebebi, farklı bakış açılarını ve sebepleri ortaya koyma amacıdır. İnsanların yaşam tarzlarını, davranışlarını, örgütsel yapıları ve toplumsal değişimi anlamaya yönelik bilgi üretme süreçlerine nitel araştırma denilmektedir (Stauss & Corbin, 1990). İnsanı merkeze alan, onun kendisi ve çevresini nasıl algıladığını ve tanımladığını keşfetmeye yönelik çabalara nitel veri analizi denir (Özdemir M. , 2011).

Bu araştırmanın nitel bir çalışma olmasından dolayı veri toplama aracı olarak görüşme yöntemi seçilmiştir. Görüşme tekniğinin kullanılmasının sebebi elde edilmek istenen verilerin ölçekli sorularla elde edilmesinin mümkün olmamasıdır. Araştırma bulguları nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği ve internet üzerinden Türk seyahat acentelerine gönderilmiş yazılı sorular ile elde edilmiştir. Araştırmada ilk olarak, yazılı sorular seyahat acentelerinin yurtdışı operasyon sorumlularına gönderilmiştir. Bu soruların gönderilme amacı, Türk turizm pazarının Karay Türklerine yönelik etnik turizm potansiyelini araştırmaktır. Ayrıca, Litvanya'ya tur düzenleyen seyahat acentelerine görüşülecek konular ön hazırlık gerektirdiğinden görüşme öncesinden sorular yazılı olarak gönderilmiştir. Araştırmada ikinci olarak Trakai Bölgesi'nde 3 farklı kesimi temsilen görüşmeler yapılmıştır. Mülakatların ikisi yerel turizm yetkilisi ve biri yerel Karay işletme sahibi ile yapılmıştır. Araştırmada çok yönlülük elde etmek için üç farklı kesimi temsil yeteneğine sahip kişiler seçilmiştir. Bu üç farklı kesimi temsil eden kişiler; yerel turizm otoritesini temsilen Trakai İlçe Belediyesi İdaresi Kültür ve Turizm Bölümü sorumlusu, Trakai Turizm Danışma Ofisi müdürü ve hem yerel halkı temsilen hem de turizm girişimcilerini temsilen, kendisi de bir Karay olan Karay restoranı sahibidir. Böylece

araştırmada hem yerel yönetimin, hem yerel halkın hem de turizm girişimcilerinin görüşleri alınmaya çalışılmıştır.

### **3.1.1 Görüşme sorularının hazırlanması**

Mülakat sorularının hazırlanma şamasında ulusal ve uluslararası literatür taranarak benzer çalışmaları yapan araştırmacıların soruları analiz edilmiş, araştırma konusunu en iyi şekilde kapsayacak sorular oluşturulmaya çalışılmıştır.

Mülakat soruları iki farklı bakış açısını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu nedenle turistik faaliyet gösteren ve aynı zamanda yerel halk üyesi olan işletme yöneticisinden ve yerel turizm yetkililerinden bulgular elde edilmek amacıyla hazırlanmıştır. Yerel otoritelerin dışında yerel işletme sahibinin de araştırmaya dâhil edilmesinin nedenleri, yerel halkın Karay etnik turizmi nasıl gördüğünü ve yorumladığını, turizmde Karay etnik kültürünün kullanılmasına sıcak bakıp bakmadığını, etnik turizm herhangi bir ekonomik gelir getirip getirmediğini ve yerel otoritelerin yerel halkla ne derece işbirliği içerisinde olduklarını tespit etmek oluşturmuştur.

Yerel turizm yetkililerine yönlendiren sorularda etnik turizm doğrultusunda neler yapıldığını, etnik turizmde Karay kültürünün kullanıp kullanmadığını, bölgenin turizm planlamasını, geliştirmesi konusunda neler yapıldığını ve Türk turistlere yönelik turizm stratejileri olup olmadığının ortaya konması amaçlanmıştır.

Türk tur operatörlerine yönelik araştırma 29 tane açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Elektronik posta yoluyla sorular, 15 tur operatörün yurt dışı operasyon sorumlularının adreslerine gönderilmiştir. Sorularda Litvanya turizmi doğrultusunda neler yapıldığını, Litvanya'da Türk turistlerin isteklerinin neler olduğunu, tur sırasında Karay kültürünün tanıtımının yapıp yapılmadığını, Karay etnik turizm potansiyelini görüp görmediklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

### 3.1.2 Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın bir kısmı Litvanya'nın Trakai şehrindeki kendisi de yerel Karay topluluğunun bir üyesi olan işletme sahibi ve Trakai şehri yerel yetkilileri ile mülakat şeklinde yapılmıştır. Mülakatlar, işletme yöneticisi ve Trakai yerel yetkilileri ile yapılan ön görüşmeler hariç 1-9 Nisan tarihleri arasında tamamlanmıştır. Mülakat yapılan işletme Karay Milli Yemek Lokantası "Kybynlar", Trakai İlçe Belediye İdaresi Kültür ve Turizm Bölümü ve Trakai Turizm Danışma Ofisi'nden oluşmaktadır. Trakai yerel yetkilileri ile mülakatlardan önce telefon ile görüşülüp görüşme saatleri ayarlanmış ve görüşmeler Belediye binasında gerçekleştirilmiştir. "Kybynlar" lokantası sahibi ile görüşme Vilnius şehir merkezinde bir kafede gerçekleşmiştir. Yapılan mülakatlar ses kaydı ve not alma şeklinde yapılmıştır. Trakai'da yerel yetkililer ile yapılan mülakatlar yaklaşık 60 dakika sürmüştür. İşletme sahibi ile yapılan mülakat ise yaklaşık 30 dakika sürmüştür.

Araştırmanın diğer kısmında Litvanya turları hazırlayan Türkiye tur operatörlerine internet üzerine yazılı olarak sorular gönderilmiştir. İlk olarak, Litvanya turları sunan Türk tur operatörlerine internet taraması yapılmıştır. Taramadan çıkan sonucu göre, Litvanya turları hazırlayan 15 Türk tur operatörü tespit edilmiştir. Onlar ile telefon görüşmeleri yapılmış ve elektronik posta yolu ile araştırma soruları gönderilmiştir. Soruların gönderildiği tur operatörleri *ETS Tur, Geographika, Deep Nature, World Travel Service, Tatil.com, Fest Travel, Fly Express, Emka Tur, GLB Star Turizm, Passion Travel, Vertigo Tour, MNG Turizm, Tempo Tur, Jolly Tur, Mika Tur*'dan oluşmaktadır. Cevap göndermeyen tur operatörleri ile yüz yüze görüşülmüştür. Yazılı sorular telefonla ön görüşmeler hariç 9 Şubat - 31 Mart tarihleri arasında cevaplanmıştır.

Tur operatörlerin internet sayfalarındaki bilgilere göre hepsinde Litvanya turları yer almaktadır. Ama telefon görüşmeler ve yazışmalarından turlarla ilgili yeni bilgiler tespit edilmiştir. Bazı tur operatörleri kendi turlarını yapmadıklarını, başka tur operatörlerinden tur aldıklarını ve sadece satışı ile ilgilendiklerini belirtmiştir. 4 tur operatörü tur satın aldıklarını söylemiştir. 4 tane tur operatörüne ulaşılammış

veya cevap alınamamıştır. Kalan Litvanya turları satan 7 tane tur operatöründen geri dönüş alınmıştır.

## **3.2 Araştırmanın Bulguları**

### **3.2.1 Trakai’de yerel otoritelere ait bulgular**

#### **Trakai’de etnik turizm gelişimi**

Trakai’de etnik turizm gelişiminin faydası sorusuna Trakai İlçe Belediyesi İdaresi Kültür ve Turizm Bölümü sorumlusu Ana Gornova olumlu beyanlarda bulunmuştur. *Turistik işletmelerin gelişimine katkı sağlayacağı, turistlere bölgenin çekiciliğini arttırabileceğini, yerel insanlara parasal, gençlik istihdamına katkı sağlayacağını, gelecek nesillere kaynakların korumasını sağlayabileceğini* vurgulamıştır.

#### **Etnik Karay kültürünün rolü ve statüsü**

Trakai turizm endüstrisinde etnik Karay kültürünün rolü ve statüsü Litvanya için çok önemli olduğunu hem Trakai Belediye yetkilisi hem de Trakai Turizm Danışma Ofisi müdürü Laima Balcytiene belirtmiştir.

*Litvanya Karayları Litvanya Tarihinde önemli yer almakta ve büyük kültürel mirasları ile ayrı bir öneme sahiptirler. Trakai turizm tanıtımında sertifikalı Karay ulusal mirası kullanılmaktadır.*

*Önemli çünkü Trakai, hem Karay topluluğu tarafından hem de turizm profesyonelleri tarafından Karay kültür başkenti olarak görülmektedir. Her sene Temmuz-Ağustos aylarında bütün dünyadan gelen Karaylar Trakai’de Karay dili ve geleneklerini canlandırmaktadırlar.*

#### **Karay etnik turizm teşviki, tanıtımı ve etkileri**

Karay etnik turizminin teşvik edilip edilmediği sorusuna Belediye yetkilisi *Karay etnik turizminin öncelikli olarak Trakai kültür turizm sektöründe yer aldığını*



belirtmiştir. Etnik turizm geliştirme zorluklarından biri *Karayların kendi merakı ve girişimcilik eksiklikleridir*. Çünkü *etnik turizm teşviki Karayların isteklerine bağlıdır*. Trakai Turizm Danışma Ofisi müdürüne göre, *turistik işletmeler (Karay topluluğu üyeleri) büyüme için ihtiyacı duyarsa, onlar da bunu kendileri yapar*. Bu konuda ne yerel otoriteler ne de Turizm Danışma Ofisi yardımcı olamaz ve üzerine etki yaratamaz.

Etnik turizm tanıtımında zorluklar fark etmediğini söyleyen Turizm Danışma Ofisi müdürü, *yaz mevsiminde Karay yemek programlarına yeterince zaman ayıramadıklarını* belirtmiştir.

*Günde en fazla üç grup alabiliyorlar. Çünkü yemek programı dışında aynı ortamda lokanta müşterileri de yemek yemekteler.*

Karay topluluğu üzerine etnik turizm olumsuz etkileri arasında Belediye yetkilisi *turizmden dolayı topluluğu özel kılan kültürün bir parçasını kaybetme ihtimalini* görmektedir.

*Karay topluluğu kapalı topluluk olduğu için kendi gelenekleri koruyabilmiştir. Topluluğun özelliği de budur.*

### **Trakai turizmde Karay kültür objeleri**

Trakai turizmde kullanılan Karay kültür objeleri arasında Turizm Danışma Ofisi müdürü Karay dili yaz kampını, Karay ibadet yeri kenesayı, Karay topluluğu üyeleri tarafından işletilen iki tane ulusal miras lokantaları olan “Kybynlar” ve “Kiubete” ve geleneksel yemek kurslarını, eski ve yeni Karay mezarlıklarını saymıştır.

*Karay topluluğu üyeleri, geleneksel Karay yemekleri lokantaları yardımıyla kendi kültürlerini, geleneklerini, dinlerini tanıtmaktadırlar. Mutfak mirasını kullanarak, ne tür yemekleri dini bayramlarında, ne tür düğünlerde veya cenaze törenlerinde yenildiğini anlatılmaktadır. Bu, turistlerin ilgisini çok çekmektedir. Karaylar sunumlarını Litvanca, Rusça, Polonca ve İngilizce olarak hazırlamıştır.*

Turizm Danışma Ofisi müdürü, Tur operatörleri programlarında Karay kültürünü kullanıp kullanmadıkları sorusuna *bütün tur operatörleri Karay kültürü içeren turlarında direk (gezi ile) veya yemek yardımıyla kültürleri ile tanıştırmaktadır* diye cevap vermiştir.

### **Karayların turizmde katılımları**

Belediye yetkilisi, başarılı bir turizm gelişimi için turizm kararlarında toplumun bütün tabakalarından üyelerinin katılma fırsatları oluşturulduğunu vurgulamıştır.

*Bütün topluluklar karar verme süreçlerine davet edilmekte ve herkesin fikri dinlenmektedir. Örnek olarak Karay sokağındaki düzeltmelerden bahsedebilirim. Karay Sokağı trafikten dolayı şikâyet alınınca sokak trafiğe kapatılmıştır. Sonrasında, sokaktaki işletmelerin müşterinin azaldığı görülünce, sokak yeniden trafiğe açıldı.*

Yerel Karayların turizme bakış açıları ne durumda oldukları ve turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları sorusuna Belediye yetkilisi *birkaç tane Karay'ın turizmde çalıştığı* cevap olarak vermiştir.

*Karaylar tarafından turizme büyük ilgi gösterilmemektedir. Belediye turizm kararlarına katılmamakta ve turizm projeleri için verilen finansal teşviklere başvurmamaktalar.*

Turizm Danışma Ofisi müdürü bu konuya daha iyimser bakmaktadır.

*Her sene kendi turistik işleri kuran Karay sayısı artmaktadır. Kibin pişirmekteler, hediyelik eşya üretmekteler, küçük dükkânları açmaktalar, Galve gölü kenarında aktif turizm faaliyetleri ile uğraşmaktalar demıştır.*

### **Trakai turizm planlaması**

Belediye yetkilisi, turizm planlama stratejisi öncelikli sektörleri arasında *sağlık, aktif, iş-konferans ve kültür turizminin yer aldığını* belirtmiştir. *Etnik turizm planlamasında ayrı bir bölüm oluşturulamakta ama kültür turizm programında yer*

*almaktadır. Karay etnik kültürü koruması için belediye fonları ve AB fonlarına finansal destek başvuruları şahsen alınmaktadır.*

*Trakai İlçe Belediyesi 2008-2015 yılı planlama stratejisinde maddi kültürel mirası restorasyonu, festivaller ve etkinlikler süresince Trakai ilçesi soyut kültürel mirası ve tarihi tanıtımı yer almaktadır.*

*Gelecek Karay etnik turizm geliştirme stratejileri arasında Trakai İlçesi Belediye İdaresi tarafından yürütülen ‘‘Trakai İlçesi geleneksel zanaatlar merkezi’’ projesi yer almaktadır. Şu anda restorasyonu yapılan binanın birinci katında Dzukija bölgesi tarz öğeleri, ikinci katında ise Polon ve Karay milletlerine özgü tarz öğeleri tanıtılacaktır. Merkez, Trakai bölgesinde yaşayan bütün milletlerin kültürel mirasını koruyacaktır. Merkezinde milletlerin kültürü ve zanaatları tanıtılacaktır.*

### **Trakai turist profili**

Trakai turist profili sorusuna Turizm Danışma Ofisi Müdürü bu cevap vermiştir:

*2014 yılında Trakai Turizm Danışma Ofisini 41139 turist ziyaret etmiştir. Onların 10774 ‘ü Litvanyalı olmuştur. Sonra sırayla, 5194 Rus, 3005 Alman, 2678 Polonyalı, 1793 İspanyol ve 1678 Letonyalı olmuştur. 2014 yılında Litvanya’yı 2,2 milyon turist ziyaret etmiştir. Onların %80’i Trakai’yi görmüştür (1,6 milyon turist). Çoğu turist Trakai’ye kısa bir süre (2-3 saat) için gelmektedir. En popüler aktiviteler müze ziyaretleri, geleneksel yemekler tadımı, tekne turları ve hediyelik eşya alış verişidir. Trakai turizmi mevsimsellik sorunu yaşamakta, çünkü çoğu turist (%85) yaz ve ilkbahar mevsimlerinde gelmektedirler.*

*Trakai Turizm Danışma Ofisi milletlere göre turist dağılımı verilerine göre, Türk turistleri ofisi ziyaret edenler arasında millet olarak otuzuncu sıralarda yer almaktadır. Bunların çoğu belediye misafirleri, Litvanya üniversitelerinde okuyan öğrenciler, uluslararası konferans katılımcılarıdır. Turist grupları azdır.*

## **Türkiye turizm pazarı**

Türkiye turizm pazarına yönelik Trakai turizm tanıtımı Litvanya turizm tanıtımı kapsamında yapılmaktadır. Belediye yetkilisi bunu vurgulamıştır:

*2006 yılında Trakai ve Alanya belediyeleri arası kardeş şehirler anlaşması imzalanmıştır. Ve o günden beri her sene belediyeler arası kültür alış verişi, etkinlik ve düzenlemeler yapılmaktadır. Mesela, bu sene Karay dans topluluğu Alanya'da gösteri yapacaktır, öğrenci değişimleri olacaktır. Alanya belediyesi ile olan ilişkimiz kardeş şehirler içinde en iyisi olmuştur.*

*2013 yılında İstanbul'da ilk Litvanya turizm iş misyonu gerçekleşmiştir. Litvanya turizm olanakları tanıtımında 30'dan fazla Türk turizm şirketi ve medya mensupları katılmıştır. Litvanya tanıtımında kehribar taşı ve ürünleri tanıtılmıştır. Bu misyona Trakai Turizm Danışma Ofisi de katılmıştır.*

Turizm Danışma Ofisi müdürü de şunu eklemiştir:

*İki yıl önce, Trakai Turizm Danışma Ofisi, Trakai Belediyesi delegasyonu ile beraber Alanya'da Trakai turizm ve yatırım olanakları tanıtımına katılmıştır. Alanya Belediyesi yetkilileri her sene Trakai şehir festivaline katılmaktalar.*

*Türkiye, Litvanya'nın, aynı şekilde Trakai'nin öncelikli turizm pazarları arasında yer almamaktadır. Turizm Bakanlığı tarafından onaylanmış öncelikli pazarlar komşu ülkeler, İskandinavya ve Almanya olmakta, gelecek vaat eden ülkeler Çin ve Asya ülkeleri olmaktadır. Türkiye bu listede yer almamaktadır. Bu yüzden Türkiye'ye yönelik Litvanya turizm pazarlaması yapılmamaktadır.*

Trakai Turizm Danışma Ofisi müdürüne göre, Türk turist sayılarının az olması nedenlerinden biri vize sorunlarıdır.

*Türk tur operatörleri sebeplerinden biri olarak vize sorununu görmekteler. Türkiye büyük ülke olduğu için vize işlemleri tek bir yerde yapılması sorun yaratmaktadır.*

### 3.2.2 Yerel Karay turistik işletmecisine ait bulgular

Karay geleneksel yemekler lokantası sahibi Jurij Spakovski 2002 yılından beri Trakai'de yiyecek işletmesini yürütmektedir. Karay topluluğu üyesi Jurij Bey Trakai'da devamlı olarak 5 yıldır yaşamaktadır: *Önce Vilnius'ta yaşamıştım ama bu Trakai'deki olan işime engel olamamıştır.* Sunduğu turistik ürünler arasında öncelikli olarak Karay mutfak geleneklerini, kültürünü ve tarihini belirtmiştir. Aynı anda lokantada Karay kültürü içeren yemek kursları da verilmektedir.

*Trakai şehri coğrafi açısından turistik bölge olmasına rağmen, mevsimsellik sorununu yaşamaktadır. Yaz sezonunda Trakai'de ve bizim işletmemizde turist çoğalmakta, sonbahar, kış ve erken ilkbaharda ciddi bir şekilde azalmaktadır.*

Turizm yiyecek işine girme sebebinden bahsederken, insanları Karay mutfak mirası ile tanıştırma isteğinden doğmuştur: *mutfağımızın sadece herkesin bildiği kabından ibaret olmadığı göstermek istedik. Aynı anda geleneklerimizi ve kültürümüzü paylaşmak istedik.*

#### Trakai turizm planlaması

Trakai turizm planlamasında yer almadığını belirten işletme sahibi, planlamaya katılma isteğini vurguladı ve sebebini açıkladı: *belki planlamanın kendisi eksik ayrıca konsepti ve vizyonunda sorun var.*

Trakai turizm kararlarında toplum üyelerinin katılımı için ortam yaratılıp yaratılmadığı sorusuna *teorik olarak katılmak için fırsat olduğunu, ama pratik olarak bunun işe yaramadığını* vurgulamıştır: *Çünkü uzun vadeli strateji ve vizyon yok. Kurumlar tarafından alınan kısa dönemi kapsayan tek seferlik kararlara biz hiç bir etki yaratamayız.*

Gelecek turizm planlamasında Karay kültürünün ne tür objelerinin turistik ürün olarak kullanabilecekleri sorusuna Karay topluluğu üyesi kenesa hakkında şu bilgileri vermiştir: *Kenesa ibadet yeri olduğu için şu anda kapalı ve turistlere uygun değildir. Karay topluluğu birlikte açmaya karar vermeli. Yaklaşık olarak 10 yıl*

*kenesayı açık tuttuk, ama şu an gerekli bilgi verecek ve kenesaya bakacak birine ihtiyacımız var.*

*Karay dans topluluğu hakkında konuşmuş ve: dans topluluğu amatör bir topluluktur. Her istendiğinde gösterilerde fırsat bulamamaktadır. Çocuklardan, öğrencilerden oluşan topluluğun okul görevleri vardır. Dans topluluğu çeşitli festivallerde, Trakai şehri ve ulusal veya uluslararası etkinliklere katılmaktadır. Ticari değil, amatör olarak gösteriler yapmaktadır. Böyle ticari bir objeyi kurmak da ayrıca kolay değildir demiştir.*

### **Etnik Karay kültürünün rolü ve statüsü**

*Karay kültürü sadece Karaylar için değil, diğer turizm katılımcıları için de önemi büyüktür çünkü Karay kültürü bölgede turizm işinde çalışanların vurguladıkları turizm objelerinden biridir.*

### **Trakai'de etnik turizm gelişimi**

*Etnik turizm kültürel mirasın korunması, sürdürülmesi ve güzelleştirmesi için faydalıdır. Ekonomik faydası sadece turizm faaliyetinde bulunan bazı kişilere olabilir, çünkü para bunun ne temel ne de öncelikli amacı olarak görülmektedir. Ama bazı alanların ticarileştirilmesi yarardan daha çok zarar getirebilmektedir.*

### **Türkiye turizm pazarı**

*Türkiye turizm pazarı için lokantamızı tanıtan Türkçe broşürü hazırlamıştık. Bütün turizm pazarları bizim için önemlidir. Türk turistlerin bizim kültürümüz ile bağ hissettiklerinin farkındayız. Dillerimiz ve geleneklerimiz bayağı yakın olduklarından dolayı Türk turistleri kendilerine ilginç gelecek tarihi, mutfak ve dil ortak noktalarını bulmaktalar. Bu yüzden biz bu bölgeden turist gelmesine büyük önem vermekteyiz.*

*Türk turistlerin Karay Türklerini tanımasının gerekip gerekmediği sorusuna Karay topluluğu üyesi şöyle cevap vermiştir:*

*Türk turistleri Litvanya Karaylarını bilmeliler. Türkiye büyük ülke olduğu için bütün vatandaşlar bilmeyebilir ama kesin bildiğim bir parçası bilmekte. Türkiye televizyonunun katıldığı, Litvanya hakkında programları çekildiği etkinlikler olmuştur. Bu şekilde insanlar programları izleyip Karayları tanıdılar.*

### **Lokantada Türk sayısı ve istekleri**

*Kaç Türk turistin lokantamıza geldiğini bilemem ama umut verici bir durum söz konusu. Genellikle bunlar bireysel veya turla gelen turistlerdir. Yerel acentalar Türk turistlere az önem vermekte. Bunun sebebini de bilmiyorum. Ulaşım durumu Türk Hava Yolları direk Vilnius-İstanbul uçuşu sayesinde daha da iyi oldu. Yolcular için kolaylık sağladı, bu yüzden Türk turistlerin artacağını umut ediyoruz.*

*Türklerin belli gelenekleri ve istekleri var. Bizim lokantamızda geleneklerimize, mutfağımıza ait yemekler yapılmakta ve bu da Türk turistlere konfor sağlamakta. Çünkü Avrupa'dayken geleneklerine uymayan yiyecek ve içeceklerden korkmalarına gerek kalmamaktadır.*

### **3.2.3 Türk tur operatörlere ait bulgular**

Katılımcıların mülakat sorularına verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibidir:

#### **Litvanya'ya gelen Türk turist profili**

Litvanya'ya gelen turist profili sorulduğunda tur operatörleri yurt dışı operasyon sorumluları cevaplarını şu şekilde vermiştir: Litvanya'yı 40-70 yaş arası çiftler, gelir düzeyi yüksek, orta yaşlı veya emekli çiftler, Avrupa'da bir çok yer görmüş ve sonrasında Baltık Bölgesini görmek isteyen orta yaş aileler, %40 bekar bayan, %10 bekar erkek, %50 evli çiftler ziyaret etmektedirler.

Turlarına katılanların demografik özellikleri sorusuna bir tur operatörü büyük şehirleri belirtmiştir. Bunlar, İzmir, Antalya, İstanbul ve Ankara'dır.

### **Turların kapsadığı bölge**

Sadece Litvanya'yı kapsayan turları sunup sunmadıkları sorusuna bütün tur operatörleri *hayır* cevabını vermişlerdir. Hepsinde, Litvanya turu *Baltık ülkeleri turu* veya *İskandinavya turu içinde* yer almaktadır. Bu turlar süresince *Vilnius, Riga, Talin ve Helsinki* gibi Avrupa başkentleri gezilmektedir.

### **Litvanya turizm sezonu**

Karay kültürü içeren Litvanya turizmi için en uygun sezonun ne olduğunu sorulduğunda en yaygın cevap *yaz* olmuştur. Ama aylara bakıldığımızda *en uygun sezon Haziran ve Eylül ayları arasında* yer almaktadır. Bir tane tur operatörü de *İlkbaharı uygun bir mevsim* olarak görmektedir.

### **Turistlerin seyahat amaçları**

Litvanya'ya giden turistlerin seyahat amaçları *kültür turizmi* ve *doğa turizmi* olarak belirtilmiştir.

### **Litvanya'da ortalama kalma süresi**

Litvanya'da ortalama gece kalma süresi tur operatörlerine göre değişmektedir. Cevapları 1 - 3 gece arasında değişmektedir. Ama ortalama olarak 2-3 gece en yaygın cevap olmuştur.

### **Litvanya'da en popüler aktiviteler**

Litvanya'da en popüler aktivitelerin neler olduğu sorusuna tüm tur operatörleri *kültürel şehir turları* cevabını vermiştir. En popüler şehirler *Vilnius, Kaunas ve Trakai*'dir. Popüler aktiviteler arasında *müze gezileri, Trakai Kalesi gezisi, Kehribar müzeleri ve alış verişi ve el sanatları* da yer almaktadır. Bir yurt dışı tur operasyon sorumlusuna göre Litvanya'da *henüz diğer Avrupa ülkelerinden farklı, değişik bir aktivite bulunmamaktadır.*



*Ancak Trakai ve U upis Cumhuriyeti (Vilnius'ta) genelde herkesin aklında kalan detaylardır* diye belirtmiştir.

### **Hediyelik eşya**

Türk turistlerin ilgisini en çok çeken hediyelik eşya nedir? sorusunda cevaplar arasında *kehribar ürünleri, parfüm, alkollü içecekler (votka ve Karay likörü), Litvanya simgeli takılar, bilezikler, çantalar, magnetler ve yöresel hatıralık s s eşyaları* yer almaktadır. Özellikle kehribar popüler olarak yer almakta: *Kesinlikle amber. Biz amber alışverişlerini özellikle Litvanya'da Trakai'de yaptırıyoruz.*

### **En popüler destinasyonlar**

Litvanya'da en popüler destinasyonlar *Vilnius, Kaunas, Klaip da, Trakai ve Őiauliai* şehirleridir. Bütün tur operatörlerinin cevaplarında başkent *Vilnius* yer almakta, 4 cevapta *Kaunas* belirtilmekte, 4 kez *Trakai* belirtilmekte, 2 kez kıyı şehri *Klaip da*, 1 kez de *Őiauliai* şehri belirtilmektedir.

### **Trakai'nin en popüler aktiviteleri**

Trakai şehrinin en popüler aktiviteleri arasında *Trakai Kalesi Gezisi* yer almaktadır. Bu cevabı 5 operasyon sorumlusu belirtmiştir. 2 operatör cevabında yöresel Karay yemeklerin (*kıbın*) tadımı cevabını vermiştir. Aynı şekilde *gölde tekne turu* da popüler aktiviteler arasındadır. Birer cevap olarak *Şehir Turu, Milli Park Gezisi, Karay Köyü'nde Yürüyüş* verilmiştir.

### **Türk turistlerin Karay bilgisi**

Litvanya'ya gelmeden önce Türk turistlere Karay etnik grubu hakkında bilgisi sorulduğunda: 2 tur operasyon sorumlusu bilmediklerini belirtmiştir. Diğer cevaplar şu şekildedir: *yok denecek kadar az, bu konuda herhangi bir vurgulama yapmıyoruz açıkçası, çok çok az.* 2 operatör cevabında da kesin bilgilerinin olmadığını belirtti.

Türk turistleri Karay etnik grubu hakkında ne tür bilgiye sahip sorusuna bir tanesi cevap olarak *Türk soyundan geldikleri* cevabını vermiştir. Diğer cevaplarda ise Türk turistlerin *Litvanya'yı ziyaret ettikten sonra Karay Türkleri hakkında öğrendiklerini* belirtilmiştir.

### **Rehber temini ve bilgisi**

Rehberleri nerden temin ettikleri sorusuna 4 tane tur operasyon sorumlusu Türkiye'den rehber gönderdiklerini belirtmiştir. 3 tanesi de yerel acentelerden lisanslı rehber sağladıklarını belirtmiştir.

İstanbul Karaköy semtinin isminin Karaylardan geldiğini ve Cumhuriyet Döneminin yazarlarından biri Refik Halit Karay'ın Karay Türkü olduğunu rehberlerinin anlatıp anlatmadıkları sorularına cevaplar şu şekilde verilmiştir. *Rehberimiz anlatıyor, Rehberin bilgisine göre değişiyor, Genel olarak anlattıklarını düşünüyorum, Hayır, yerel rehber bunu bilmiyor, tur liderimiz anlatıyor, Litvanyalı rehberler bilmiyorlar ama ben grubumuza bunları ekleyerek çeviriyorum.*

### **Geliştirilebilir Karay turistik ürünleri**

Karay Türkleri ile ilgili ne tür etnik çekicilikler veya ürünler geliştirilebilir, sorusuna çeşitli cevaplar verilmiştir. Aktivite eksikliği belirtilmiş. *Göl kenarındaki restoranda yöresel yemek ve Karay likörü hariç bir aktivite yapılmıyor. Günün belli saatlerinde (öğlen 13-14:00 arası gibi) yöresel dans ve elbiseler ile gösteri çok güzel olur, kendi dillerinde halk şarkıları dinleyebilmek isteriz* diye bir istek dile getirilmiştir. Bölgede eksik görmedikleri söylenmiştir: *Hiçbir şey eksik değil. Her şey çok profesyonel. Teşekkür ederiz.* Bilgi eksikliği belirtildi: *Daha çok bilgilendirme gerekiyor. Giden misafirler Karay Türkleri hakkında sıfır bilgi ile gidiyorlar.*

## **Karay kültürünün etkisi, pazarlaması ve tanınmışlık**

Türk turistlerin Litvanya'yı seçmelerinde Karay Türkleri kültürünün etkisi olup olmadığı sorusuna cevap olarak bu etkinin pek fazla görülmediği belirtildi. *Sanmıyorum. Biz kombine tur yapıyoruz, Litvanya'nın Trakai tarihi kasabasında sadece 300 kişi kadar Karay Türk'ü yaşamaktadır. Hiçbir şekilde Türkçe bilmezler. Türkiye ile de hiçbir kontakları yok, pek etkisi yoktur, Turlarımızı genel olarak Baltıkları ziyaret etmek amacıyla tercih ediyorlar, Hayır, öncelikli sebep değil, Şu an için hayır. Çünkü Litvanya ile ilgili kimsenin bilgisi yok.*

Etnik turizmin bir turistik ürün olarak Litvanya'ya yönelik tur programlarında Karay Türkleri tur programlarda yer alıp almadıkları sorusuna farklı cevaplar verilmiştir. Litvanya turu Baltık ülkeleri turu içinde olduğu için detaylara girilmemektedir: *Hayır yok. Baltık kombine olarak pazarlandığından. Bilgi eksikliği vurgulanmaktadır: Hiç tanınmayan Litvanya'daki Karay Türkleri hiçbir merak ettirici unsur değildir. Geleceğe yönelik planları vardır: Pek yer almıyor ama bundan sonra daha çok değinilmesini sağlayabiliriz. Trakai Ada Kalesi gezisi süresince Karay kültürü ile tanışılmaktadır: Trakai Kalesi ile birlikte görüyoruz. Aktivite çeşitliliğinin çoğalması beklenmektedir: Özel bir Karay programı yapılmıyor. Eğer güzel bir aktivite olursa tur programına ekleriz. Karay Türkleri Trakai turunun bir parçası olarak görülmektedir: Kesinlikle her turumuzda Trakai'ye gidiyoruz. Bizce Litvanya'nın en ilginç yeri.*

Karay kültürü turunu Türkiye'de nasıl pazarladıkları sorusunda tur operatörleri Karay kültürü turu pazarlamadıkları söylemiştir: *Genel olarak pazarlamıyoruz, Böyle bir çalışma yapmıyoruz, Baltık turu olarak tanıtım yapıyor. Aynı şekilde pazarlama zorlukları sorusuna cevap verilemedi.*

Karay Türklerini Türkiye'de yaşayan Türklerin öğrenmesi gerekli olduğunu bütün tur operatörleri vurgulamıştır. Ayrıca bilmeleri Trakai bölgesi için de faydalı olacağını belirtilmiştir: *Litvanya'da yaşayan bu Karay Türklerini bilmek bölge için çok önemli.*

Karay Türklerine yönelik turların artmasında engeller olup olmadığı sorusuna çeşitli cevaplar verilmiştir. Hiçbir engel olmadığını belirten tur operatörü olmuştur. Bilgi eksikliği sorunu belirtildi. Aktivite çeşitliliği açısından vurgulama yapılmıştır: *Turistik aktivite eksikliği, dans, müzik veya Karay müzesi hakkında bir gezi yapmıyoruz. Bunlar olursa daha ilgi çeker.* Vize uygulamasından şikâyet edilmiştir: *Vize uygulamasının bulunması... Biz 2000 yılından beri Litvanya'ya ve Trakai'ye gidiyoruz. Eskiden Litvanya vizesini almak gerçekten çok zordu. Şimdi bile gereksiz yere zorluk çıkartıyorlar.*

### **Trakai turu ücretleri**

Karay kültürünü içeren Trakai turlarının ücreti sorusuna verilen cevaplar tur operatörlerine göre değişmektedir. Genellikle Trakai turu ekstra tur olarak satılmaktadır: *Trakai ve Kaunas Turları olarak pazarlıyoruz, 65 Euro, Ekstra tur olarak satılıyor, kişi başı 60 Euro rehberlik ve transferler dâhil.* Trakai turu programına dâhil yapılmaktadır: *Trakai tek başına satılmamaktadır.* Bir tur operatörü Baltık turunun diğer Avrupa turları açısından daha pahalı olduğunu vurgulamaktadır: *Baltık bölgesi turları genel olarak normal turlarımızdan daha pahalı.*

### **Eksik arz unsurları ve turların geliştirmesi**

Karay Türklerinin bulunduğu bölgede turizm açısından eksik gördükleri arz unsurları konusunda tur operatörleri gayet memnunlar: *Bizim yaptığımız turlarda beklentilerimiz yeterince karşılanıyor zira sadece Trakai Kalesi geziliyor. Konaklama yapılmıyor.* Bölgenin arz unsurlarından tamamen memnun olduklarını ve güzel örnekleri gördüklerini söylemekte: *Hiçbir eksik yok. Bu sene gördüğüm elektrikli tekneler çok iyi olmuş. Çevreyi kirletmiyor. Sadece güzel bir otobüs otoparkı ve tuvalet yapılmalı. Lütfen otel yapmayın! Doğayı bozmayın.* Tur operatörlerinden bir tanesi yeni bir turistik ürün önerisinde bulunmuştur: *Günün*

*belli saatlerinde (öğlen 13-14:00 arası gibi) yöresel dans ve elbiseler ile gösteri çok güzel olur, kendi dillerinde halk şarkıları dinleyebilmek isteriz.*

Karay Türklerine yönelik turların daha fazla geliştirilmeli mi? sorusuna olumlu cevaplar verilmiştir. Tanıtımına ihtiyaç duyulmaktadır: *Bence Baltık turlarında Karay Türklerine yönelik bilgi verilmesi arttırılmalı.* Başka bakış açısına göre, bölge olduğu gibi güzeldir: *Bence Litvanya'ya gelen herkesin kesinlikle görmesi ve yemeklerini tatması lazım.*

Karay Türklerine yönelik turların geliştirilmesi için yapılması gerekenler arasında iyi pazarlama yer almaktadır: *İyi pazarlanırsa dikkat çeker, giden kişi sayısı artar; ancak benim gibi birçok insan bilmiyor.* Pazarlaması tur satışı sırasında yapılmalı: *Tur satışı sırasında Karay Türklerinden ve tarihlerinden daha fazla bahsedilmeli, görsel medya aracılığıyla yapılmalıdır: Gazete ve TV gibi görsel medyada pazarlanması ve anlatılması gerekli. Buna bağlı turizm de gelişecektir.* Turların geliştirmesi konusunda vize kolaylığı da öneri olarak gösterildi: *Türkler için vize kolaylığı sağlanmalı veya vize kaldırılmalı. Turizmden gelir bekleyen bir ülkenin vize uygulaması çok saçma.*

### **Karayların turizme katılımları**

Karay Türklerinin turizme bakış açıları sorusuna bir tur operatörü Karayların turizm ile ilgilenmediklerini hissettiğini söylemektedir: *Özel bir çaba hissetmedik.* Diğeri ise, Trakai Bölgesi'nin hala bakir bir yer olduğunu vurgulamaktadır: *Daha tam farkında değiller. Bence farkında olmasınlar yoksa iş ticarete dönerse bu güzel yer ve doğa bozulabilir.*

### **3.3 Litvanya’da Türk Turistlerine Yönelik Karay Etnik Turizmin Potansiyelinin SWOT Analizi**

#### **3.3.1 SWOT Analizinin ve TOWS Matrisinin Amacı**

Trakai bölgesinin Karay etnik turizm planlanması, Trakai turizmde Karay kültürünün kullanılması ve Türk turistlere yönelik turizm pazarlamanın uygulanmasında stratejilerin belirlenmesi ve bölgenin Karay etnik turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri ile gelecekte oluşabilecek fırsat ve tehditleri belirlemek amacıyla araştırmada yöntem olarak SWOT Analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Mülakatlar ve gönderilmiş sorulardan sağlanan bilgiler doğrultusunda SWOT (TOWS) Matrisi oluşturulmuştur.

Bu doğrultuda çalışmada elde edilen bulguların tamamının birlikte ele alınıp değerlendirilmesi amacıyla ulaşılan bilgiler kullanılarak bir SWOT (TOWS) matrisi oluşturulmuştur. SWOT analizi ve SWOT (TOWS) matrisi ile turizm katılımcıları; güçlü yönleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri dikkatlice incelediklerinde, organizasyonel başarıyı sağlayacak olan yararlı stratejiler geliştirebilirler. SWOT analizinde incelenecek olan güçlü iç yönler ve zayıflıklar ile dış fırsatlar ve tehditler bir matrise yerleştirilmektedir. SWOT matrisi analizinde kavramsal olarak dört farklı alternatif strateji, taktik ve eylem önerilmektedir: (Usta Y., Ö. Başar, 2011):

- WT Stratejisi (mini-mini): Zayıflıklar ve tehditler göz önünde bulundurularak ve minimize edilerek bunların üstesinden gelebilecek stratejiler oluşturulur.
- WO Stratejisi (mini-maxi): Zayıflıkları minimize edip fırsatları maksimize etmeyi hedefleyerek ve dış fırsatlardan yararlanarak mevcut zayıflıkları ortadan kaldıracak yeni stratejiler oluşturulur.
- ST Stratejisi (maxi-mini): Organizasyonun dış çevredeki tehditlerle başa çıkacak olan güçlü yönlerinden maksimum oranda yararlanarak, dış tehditleri minimize etmektir.

- SO Stratejisi (maxi-maxi): Güçlü yönleri ve fırsatları maksimize ederek,tüm dış fırsatlardan yararlanmasını sağlayacak stratejiler geliştirilmektedir(Karadeniz, Kandır, & Önal, 2007, s. 197).

Buraya kadar yapılan durum analizlerinin analitik tespitinden sonra güçlü yanlar, zayıflıklar, fırsatlar ve tehditlerin genel durum içerisindeki etkisi dikkate alındığında SO - Güçlü Yönler ve Fırsatlar Stratejisinin öncelikli kullanılarak, hem gücü hem de imkânları maksimize etmeyi hedefleyen stratejiler oluşturmuştur. Çünkü yapılan analizlerde, Litvanya’da Türk turistlerine yönelik Karay etnik turizm potansiyelinin güçlü yanları ve fırsatları, diğer faktörlerden ağır basmıştır. SO stratejisinden sonra, önem derecesine göre öngörülen olası tehditler ve zayıflıklar dikkate alınarak son üç stratejide daha koruyucu stratejiler belirlenmiştir.

Bu araştırmada SWOT analizinin ve SWOT (TOWS) matrisinin kullanılmasının amacı, turizmle ilgili tarafların görüşleri dikkate alınarak Litvanya’da Türk turistlerine yönelik Karay etnik turizmin potansiyelinin üstün ve zayıf yönlerinin incelenmesidir. Karay etnik turizm potansiyeline yönelik gelecekte ortaya çıkabilecek fırsat ve tehditlerin belirlenerek, Türk turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik fırsat ve tehditlere karşı üstünlüklerin ne yönde kullanılacağı, zayıflıkların nasıl bertaraf edileceğinin tespit edilmesidir.

**Tablo 8: Litvanya’da Türk Turistlerine Yönelik Karay Etnik Turizmin Potansiyelinin SWOT Analizi**

GÜÇLÜ YÖNLER	FIRSATLAR
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Litvanya’da en popüler Türk destinasyonları Vilnius, Kaunas, Trakai, Klaipeda, Siauliai olmaktadır.</li> <li>• Trakai turizm endüstrisinde Karay kültürü önemli bir yer almaktadır.</li> <li>• Karay etnik turizmi Trakai kültür turizm sektörünün bir parçasıdır.</li> <li>• Trakai turizmde kullanılan Karay kültür objeleri Karay etnografya müzesi, Karay dili yaz kampı, kenesa, ulusal yemek lokantaları, yemek kursları, eski ve yeni Karay mezarlıklarıdır.</li> <li>• Trakai’ye tur ile gelen turistler Karay kültürü ile tanıştırmaktadırlar.</li> <li>• Trakai turizm kararlarında toplumun her tabakasından üyelerin katılımları beklenmektedir.</li> <li>• Trakai’de yaşayan bütün milletlerin etnik kültürel mirasını koruyacak “Trakai İlçesi Geleneksel Zanaatlar Merkezi” açılacaktır.</li> <li>• Litvanya’ya gelen turistlerin %80’i Trakai’yi ziyaret etmektedir.</li> <li>• Trakai ve Alanya belediyeleri arası 2006 yılında kardeş şehirler anlaşması imzalanmıştır ve sıkı ilişkiler sürdürülmektedir.</li> <li>• Karaylar, Türkiye’den turist gelmesine büyük önem vermektedirler.</li> <li>• Karaylar, Türk dilinin ve geleneklerinin kendilerinkine yakın olması ve bu yüzden Türklere ilginç geleceğini vurgulamaktadırlar.</li> <li>• Karay lokantasında sunulan yiyecekler ve içecekler Türk geleneklerine uygundur.</li> <li>• Türk tur rehberlerinin anlatımlarında Karayların Türkiye ile ilişkisinden genelde bahsedilmektedir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Litvanya’yı orta yaş, gelir düzeyi yüksek, büyük şehirlerde ikamet eden Türk çiftler ziyaret etmektedir.</li> <li>• Litvanya’ya giden Türk turistlerin seyahat amaçları kültür turizmi ve doğa turizmi olmaktadır.</li> <li>• Litvanya’da en popüler Türk turistik aktivitesi kültürel şehir turları olmaktadır. Müze gezileri, Trakai Kalesi gezisi, kehribar müzeleri ve alış veriş, el sanatlar popüler aktiviteler arasındadır.</li> <li>• Türk turistlerin ilgisini en çok çeken hediyelik eşya, kehribar ürünleri olmaktadır.</li> <li>• Trakai şehrinin en popüler Türk aktivitesi Trakai Kalesi gezisi, yöresel Karay yemekleri tadımı ve gölde tekne turu olmaktadır.</li> <li>• Türk tur operatörleri, rehberleri eşit olarak hem Türkiye’den hem de yerel rehber kullanmaktadırlar.</li> <li>• Türk tur operatörleri geleneksel Karay dans ve şarkı gösterileri görmek istediklerini belirtmektedirler.</li> <li>• Türk tur operatörleri Karaylar ile ilgili daha çok bilgilendirme yapılması gerektiğini belirtmektedirler.</li> <li>• Türk turistlerin Litvanya turu seçmelerinde Karay kültürün etkisinin şu an görülmediğini belirtmektedirler.</li> <li>• Karayları Türkiye’de yaşayan Türklerin öğrenmesi gerektiğini vurgulanmaktadır.</li> <li>• Karaylara yönelik iyi pazarlamanın gerekli olduğunu vurgulanmaktadır.</li> <li>• Karaylar turizm konusunda belediye ile ilişki fazla kurmamakta ama kendi turistik işletmelerini kuran Karay sayısı artmaktadır.</li> <li>• İstanbul-Vilnius direk uçuşundan dolayı Türk turistler sayısının artacağını beklenmektedir.</li> </ul>



ZAYIF YÖNLER	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Türk tur operatörlerinden alınan Litvanya turu, Baltık turu veya İskandinavya turu içinde yer almaktadır.</li> <li>• Litvanya turizm sezonu yaz ve ilkbahar ayları ile sınırlıdır.</li> <li>• Litvanya'ya tur ile gelen Türk turistlerin ortalama kalma süresi 2-3 gece olmaktadır.</li> <li>• Litvanya'ya gelmeden önce Türk turistlerin Karay Türkleri hakkında bilgileri az olmaktadır.</li> <li>• Türk tur operatörleri Trakai'nin aktivite eksikliğini belirtmektedir.</li> <li>• Türk tur operatörleri tur satış sırasında Karay kültürünü pazarlamadıklarını belirtmektedir.</li> <li>• Türk tur operatörleri tarafından satılan Trakai turu ekstra tur olarak satılmaktadır.</li> <li>• Trakai belediyesine göre etnik turizmin gelişmesi için Karayların turizme merakı ve girişimi eksiktir.</li> <li>• Turistler Trakai'ye kısa bir süre (2-3 saat) için gelmektedir.</li> <li>• Trakai turizmi mevsimsellik sorunu yaşamaktadır. Yaz ve İlkbahar turizmin en kalabalık sezonudur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Türk turistleri vize sorunlarını yaşamaktadırlar.</li> <li>• Diğer Avrupa turları açısından Baltık turları daha pahalı olmaktadır.</li> <li>• Türkiye, Litvanya'nın öncelikli turizm pazarları arasında yer almamaktadır ve Türkiye'ye yönelik turizm pazarlaması yapılmamaktadır.</li> <li>• Karay işletme sahibi Trakai turizm pazarlaması eksik ve vizyonsuz olduğunu belirtmektedir.</li> </ul>

Tablo 8.'de Litvanya'da tarihi Trakai şehrinde Türk turistlere yönelik Karay etnik turizmi potansiyelini ortaya koyma amacı ile yapılan mülakatların bulgularına SWOT analizi uyarlandıktan sonra ortaya çıkan analizin güçlü yönleri, sonuçları göz önüne alındığında, Litvanya'nın en popüler Türk turistik destinasyonlarından biri olan Trakai şehrinin, Karay etnik kültürünün tanınmışlığı ve pazarlanması açısından büyük bir potansiyele sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre, Trakai şehrinde bulunan Karay kültürü etnik turizm potansiyeli yüksektir. Etnik turizm açısından bölgede Karay etnografya müzesi, ibadet yeri kenesa, ulusal yemek lokantaları, geleneksel yemek kursları, eski ve yeni Karay mezarlıkları, milli dans topluluğu ve Karay dili yaz kampı bulunmaktadır. Ayrıca eski ahşap evleri ile meşhur Karay Sokağında eski yaşam tarzı korunmaktadır. Trakai bölgesinde yapılan çalışmada ulaşılan bir diğer sonuç ise, yerel turizm yöneticilerinin etnik turizm gelişimine verdiği önemin yüksek olmasıdır.

Karay etnik turizminin potansiyelini ortaya koyan çalışma bulguları, Karay etnik turizmden faydalanmak için Karay kültürünün Türkiye'de daha kapsamlı bir tanıtımının yapılması Litvanya turizminin gelişimi için bir fırsat olarak görülmektedir. Bu bulgulara göre, Karay Türklerinin dili, gelenekleri ve kültürü, Türk kültürüne yakın olması sebebiyle Türk turistlerde Karayları tanıma merakı uyandırabilmektedir. Litvanya turizminin ve aynı anda Trakai turizminin en büyük

sorunlarından biri mevsimsellik sorunudur. Bu nedenle turistik ürün seçenekleri çoğaltılmalı ve alternatif ürünler sunulmalıdır. Alternatif turistik ürün olarak Karay etnik turizm bu sorunun çözmesine bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.

Litvanya turizm yetkililerinin Türk turistlere yönelik herhangi bir pazarlama faaliyeti bulunmamaktadır ve aynı zamanda Türk tur operatörleri de Litvanya turlarını pazarlarken Karay topluluğunu bir ürün olarak öne çıkartmamaktadır. Diğer taraftan, yerel otoriteler tarafından Karay etnik turizmüne finansal teşvikler yapılmadığından Karayların turizm sektörüne fazla katılmadığı belirlenmiştir.

Yapılan analizde Türkiye'nin, Litvanya'nın öncelikli turizm pazarları arasında yer almadığı ve Türkiye'ye yönelik turizm pazarlaması yapılmadığı tespit edilmiştir. Türkiye kalabalık nüfusu ve yakın coğrafi konumu sebebiyle Litvanya'nın öncelikli turizm pazarları listesine eklenmelidir. Trakai bölgesinin turizm pazarlaması yeterince yapılmamaktadır. Bu durum Karay etnik turizm gelişimine tehdit oluşturmaktadır. Litvanya'da Türk turizm pazarının gelişmesinin önünde bir engel ve aynı zamanda tehdit olarak vize başvuru zorlukları ve pahalı tur fiyatları gösterilmektedir. Turistik *Schengen* vize işlemleri kolaylaştıkça ve Litvanya'ya uçuş fiyatları ucuzladıkça, Türk turistlerin turistik destinasyon tercihleri arasında Litvanya'nın daha fazla yer alacağı söylenebilir.

**Tablo 9: Litvanya’da Türk Turistlerine Yönelik Karay Etnik Turizmin Potansiyelinin TOWS Matrisi**

SWOT (TOWS) MATRİSİ	Fırsatlar (O)	Tehditler (T)
<b>Güçlü Yönler (S)</b>	<p><b>S – O Stratejileri</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Güçlü yön olarak vurgulanan Litvanya’nın tarihi mirası ve etnik kültürü Türk turistlere yönelik olarak gelecekteki kültür turizm pazarlanmasında bir fırsat olarak görülmektedir.</li> <li>Türk turistlere kültür ve doğa turizm pazarlanmasında fırsat görülmektedir.</li> <li>Türlere yönelik yeni kehribar ürünleri çıkarılması ve Litvanya’nın bir kehribar ülkesi olarak tanıtımının yapılması ile kehribar ticaretinde bir fırsat görülmektedir.</li> <li>Trakai’nin en popüler aktivitesi olan Trakai Ada Kalesi Müzesi’nin Karay ve Tatar sergisi bölümünün tanıtımını öne çıkarılması, Türk turistlerin burayı daha çok ziyaret etmesinde bir fırsat oluşturmaktadır.</li> <li>Litvyalı yerel rehberlerin daha sık Türk turist turlarına katılmaları bir fırsat olarak görülmektedir.</li> <li>Yeni Karay kültürünü tanıtan turizm ürünleri ortaya çıkarılması bir fırsat olarak görülmektedir.</li> <li>Türk turistlere Karay kültürü ile ilgili tanıtım yapılması Litvanya’ya daha çok meraklı kültür turistin gelmesinde bir fırsat oluşturmaktadır.</li> <li>Yerel yönetimlerin işbirliği ile Karayların kendi turistik işletmeleri kurmasında, bir fırsat görülmektedir.</li> <li>Litvanya - Türkiye arasında çoğalan ulaşım olanakları Türk turist sayısını artırıcı bir fırsat olarak görülmektedir.</li> <li>Litvanya’nın en popüler Türk turist destinasyonlarından biri olan Trakai, Karay kültürünün tanınmışlığı ve pazarlaması açısından bir fırsat oluşturmaktadır.</li> <li>Trakai turizmde kullanılan Karay kültürünün çeşitli objelerinin pazarlanması, Karay etnik turizminin gelişimi için bir fırsat olarak görülmektedir.</li> <li>Trakai ve Alanya belediyeleri arasındaki iyi ilişkiler, Litvanya ve Karay kültürünün tanıtımında bir fırsat olarak görülmektedir.</li> <li>Karay dili ve kültürünün Türk kültürüne yakın olması Türk turistler arasında bir merakı uyandırması açısından bir fırsat olarak görülmektedir.</li> </ul>	<p><b>S – T Stratejileri</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Daha çok turist çekebilmek için Türk turistlere vize uygulamaları kolaylaştırılabilir ve vize başvuru yerleri çoğaltılabilir.</li> <li>Baltık turların fiyatları indirebilmek için uçuş ücretleri belirlenmesinde değişiklikler yapılabilir.</li> <li>Türkiye büyük nüfusu ve yakın coğrafi konumu sebebiyle Litvanya’nın öncelikli turizm pazarları listesine eklenebilir.</li> <li>Trakai turizm pazarlamasının daha etkili bir vizyonu ve uzun vadeli pazarlama stratejisi oluşturmalıdır. Pazarlama strateji içinde Karay etnik kültürü daha verimli olarak kullanılmalıdır.</li> </ul>
<b>Zayıf Yönler (W)</b>	<p><b>W – O Stratejileri</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Yeni turizm ürünleri ortaya çıkararak Litvanya turizm sezonu uzatılmalıdır.</li> <li>Türk turist tur programlarına daha çok turistik aktivite ekleyerek ortalama gece kalma süresi artırılmalıdır.</li> <li>Türkiye’de Litvanya’yı tanıtırken Karay kültürünün tanıtımı da yapılmalıdır.</li> <li>Trakai’de turistik aktivite seçenekleri sunulmalı ve çoğaltılmalıdır. Böylece Trakai bölgesinin ziyaret süresi artacaktır.</li> <li>Trakai turu ekstra tur olarak değil, Vilnius turu ile beraber satılmalıdır.</li> <li>Karay Türklerin turizm girişimleri yerel yönetimler yardımıyla teşvik edilmelidir.</li> <li>Trakai’nin mevsimsellik sorununu azaltmak için alternatif turizm ürünleri sunulmalıdır.</li> <li>Litvanya turu Baltık turu içinde değil, tek ülke turu olarak da sunulmalıdır.</li> <li>Türk yurtdışı turizm pazarında hala yeni turizm pazarı olarak bilinen Litvanya, bunu fırsat olarak değerlendirilmelidir.</li> </ul>	<p><b>W – T Stratejileri</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vize temininde kolaylıklar ve daha uygun tur fiyatları Litvanya’da Türk turist sayısını artırabilir.</li> <li>Türkiye’ye yönelik Litvanya turizm pazarlaması ve bunun parçası olarak Karay kültürünün tanıtımı Türk turistlerin merakını artırabilir.</li> <li>Litvanya’nın Karay Türklerine yapacağı turizm teşvikleri, etnik turizminin geliştirilmesine büyük fayda sağlayabilir.</li> <li>Bütün turizm katılımcıları ve otoritelerinin işbirliği ile yapılan daha kapsamlı bir Trakai turizm pazarlaması Trakai’nin turizm eksiklikleri giderebilir.</li> <li>İki taraflı kazanç elde edebilmek için hem Türk tur operatörleri hem Litvanya turizm yetkilileri Litvanya turizm pazarlamasını geliştirmelidir.</li> </ul>

Tablo 9’de Karay Türkleri Etnik Turizmi Potansiyeli TOWS matrisi verilmektedir. En önemli stratejiler arasında, zengin Karay etnik kültürünün bölgede bir turistik ürün olarak kullanılması yer almaktadır. Bunun daha etkili gerçekleştirilmesi için yerel turizm yetkilileri tarafından daha verimli pazarlama faaliyetlerinde bulunulması ve yerel Karay etnik topluluğu ile işbirliği yapılması gerekmektedir. Ayrıca yerel halkın turizme katılımları için finansal teşviklerin önemi büyüktür. Diğer taraftan, Karay etnik turizm pazarlamasının yoğun bir şekilde Türk turistlere yönelik olarak sunulma stratejisi üzerinde durulmuştur. Bunun yanı sıra, daha çok Türk turisti Litvanya’ya çekme stratejisi olarak Karay etnik kültürünün pazarlamasının hem Litvanya turizm yetkilileri hem de Türk tur operatörleri tarafından yapılması gerekmektedir. Litvanya’ya yönelik tur fiyatlarının ucuzlaması ve vize işlemlerin kolaylaştırması stratejisi Litvanya’da Türk turist sayısında istenilen artışı sağlayabilecektir.

### 3.4 Öneriler

Araştırma sonucunda elde edilen nitel veriler incelendiğinde ve tüm çalışma boyunca ortaya çıkan sonuçlar irdelendiğinde geliştirilen öneriler şunlardır;

- Litvanya’nın tarihi mirası ve etnik kültürlerin çeşitliliği Türk turistlere yönelik gelecekteki Litvanya kültür turizm pazarlanmasında kullanılmalıdır.
- Kültür turizmin yanı sıra, Türk turistlere Litvanya’yı doğa turizm ülkesi olarak da tanıtılmalıdır.
- Litvanya’da kehribar ticaretini güçlendirecek Litvanya’nın bir kehribar ülkesi olarak tanıtımı Türk turistlere yönelik yapılmalıdır.
- Litvanyalı yerel rehberler Türk turistlere yönelik tur programlarını geliştirmelidir. Daha sık Türk tur operatörleri tarafından hazırlanan turlarında yerel rehberler hizmetlerini sunmalıdır. Böylece yerel rehberler için iş imkânları çoğalacaktır.
- Genel olarak Türk turistlerin ulaşım konusunda yerel taşıma şirketlerini tercih ettikleri için Litvanya uçuş ücretleri belli bir fiyat aralığına sahiptir. Turizmin katılımcı sayısını arttırabilmek için uçuş ücretleri belirlenmesinde değişiklikler

yapılmalıdır. Litvanya - Türkiye arasında ulaşım olanakları çoğaltılmalıdır. Bu Türk turistlerin Litvanya'ya gelmeleri için kolaylık sağlayacaktır ve bundan dolayı Türklerin yurt dışı turları seçenekleri arasında Litvanya destinasyonu daha sık görülecektir.

- Türkiye'nin büyük nüfusu, Avrupa'ya yakın coğrafi konumu ve yaşam standartlarının gelişimi açısından kalabalık bir giden turizm potansiyeline sahip ülke olması Litvanya'nın öncelikli turizm pazarları arasında yer almalı ve ona yönelik turizm pazarlaması yapılmalıdır.
- Litvanya turizminin en önemli sorunlarından biri olan mevsimsellik sorunu yeni turistik ürünlerin ortaya çıkarılmasıyla azaltılabilecektir. Aynı soruna Trakai şehri de sahiptir. Alternatif turizm ürünleri sorunu gidermek amacıyla tanıtılmalıdır.
- Türk tur operatörleri tarafından satılan Trakai turları, ekstra turlar olarak değil, Vilnius turları ile beraber satılmalıdır.
- Litvanya'nın en önemli kültür turizminin noktalarından biri olan Trakai, mesafe açısından başkente yakındır. Bundan dolayı daha çok Türk turistlerin memnuniyetini artırmayı amaçlayan tur operatörleri Vilnius - Trakai turlarını birleştirmelidir.
- Türk turistler popüler Avrupa turizm destinasyonlarından doyunca, yeni turizm destinasyonlarına gereksinim duyacaklardır. Bu yüzden Türk yurtdışı turizm pazarında hala yeni turizm pazarı olarak bilinen Litvanya, Türk tur operatörlerinin tur pazarlama stratejilerinde yer almalıdır.
- Türk turistlere Litvanya için vize temininde kolaylıklar ve daha uygun Litvanya turları sunulmalıdır. Bu Türk turistlerin Litvanya ziyaretlerini arttırabilme özelliğine sahiptir.
- Türk turistlerin kısa süreli Litvanya ziyaretlerinin sebebi de turistik aktivite eksikliği veya yeterli tanıtımın olmamasıdır. Turistik aktivite seçenekleri daha etkili sunulmalı ve çoğaltılmalıdır.
- Trakai şehrinin en popüler turistik merkezi olan Trakai Ada Kalesi ve onun müzesinde var olan Karay ve Tatar sergisi bölümünün daha çok tanıtımı yapılmalıdır.

- Türk tur operatörleri tarafından Karay kültürünü tanıtan yeni turistik ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır. Türk turistlerin Litvanya ile ilgili ilgisini çekecek yeni turistik ürünler çıkarılmalıdır.
- Türk kültür turistlerinin Litvanya'ya gelmeleri için sebep olabilecek daha kapsamlı bir Karay kültürünün tanıtımı yapılmalıdır.
- Henüz verimli olmayan yerel yönetimler ve Karay turistik işletmecileri arasındaki ilişkiler, Trakai turizm geliştirme konusunda işbirliği oluşturmalıdır.
- Litvanya'nın en popüler Türk turistik destinasyonlarından biri olan Trakai şehri, Karay kültürünün tanınmışlığı ve pazarlanması üzerinde çalışılmalıdır.
- Trakai'de etnik turizmi geliştirecek Karay etnik kültürün objeleri turizmde daha etkin kullanılmalıdır. Karay etnik kültürüne pazarlama stratejisi içinde daha çok önem vererek turizmde daha verimli kullanılmalıdır.
- Türkiye'de Litvanya'nın tanıtımı ve Litvanya Karay Türklerinin tanınmışlığı konusunda verimli bir etki yaratması adına Trakai ve Alanya Belediyeleri arasındaki iyi ilişkiler devam ettirilmelidir.
- Karay Türklerinin dili, gelenekleri ve kültürünün Türk kültürüne yakın olması sunulmasıyla Türk turistlerde Karayları tanıma merakı uyandırılmalıdır.
- Litvanya'nın önemli turizm noktası olan Trakai şehri için daha etkili, vizyonlu ve uzun vadeli pazarlama stratejileri oluşturmalıdır.
- Litvanya'nın diğer Avrupa ülkelerinden farklılığını gösterecek Türk turistlere Litvanya'yı tanıtırken Karay kültürünün tanıtımı yapılmalıdır.
- Trakai turlarını güzelleştiren etnik Karay unsurlarının kullanımı yerel yönetimler tarafından teşvikler edilmeli ve böylece Karay Türklerinin turizm girişimleri arttırılmalıdır. Bu, hem yerel halka, hem Litvanya turizmine fayda sağlayacaktır.
- Türkiye'deki Litvanya tanıtım eksikliği, Litvanya'nın dünyada tanınmışlığı stratejisinin bir parçası olarak görülmelidir. Karay kültürünü de Litvanya bilinirliği sembollerinden biri olarak tanıtılmalıdır. Türk tur operatörleri tarafından yapılan etkili Litvanya turlarının pazarlanması ile iki taraflı kazançlar elde edebilecektir.

## Sonuç

Turizm gerek ekonomik gerek sosyal yönü ile birçok açıdan ülkelere katkı sağlamaktadır. Ülkelerin diğer ülkelere tanıtılmasında da önemli bir payı olan turizm, ülkelerin rekabet gücünü de etkilemektedir. Turizmden gelir sağlayan ülkeler, turistik ürün ve turizm çeşitlendirmesi yoluna giderek turizmi tüm yıla yaymaya önem göstermektedir.

Etnik kültür ile turizm sektörü arasındaki bağ, turizmin birçok yönüyle ilgilidir. Bununla birlikte turizm de etnik kültürü farklı yönlerden etkilemektedir. Turizm etnik kültürleri, sanatları, performansları ve festivalleri tanıtarak etnik kimlikleri güçlendirebilme özelliğine sahiptir. Turizm, etnik grupların farkındalığını artırabilir, kültür miraslarını koruyarak restorasyonunu, korunmasını ve ölmekte olan veya geçmişte kalan etnik nitelikleri destekleyebilmektedir. Aynı zamanda etnik kültür, turizmde faaliyet gösterenler tarafından gelir ve döviz elde etmek amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır.

Turizm ürününe yönelik üretim ve tüketim faaliyetlerinde görülen bıkkınlık, turistleri farklı turistik deneyim arayışına sevk etmektedir. Bundan dolayı turistik tüketiciler alternatif turizm türlerine yönelme eğilimi göstermektedirler. Alternatif turizm türlerinden biri de etnik turizmdir. Egzotik kültürel deneyimi yaşamak, başka etnik gruplar ile ilgili ürünlerin deneyimi ve tüketimi gezi motivasyonunda veya aktivitelerde önemli bir yer tutmaktadır.

Etnik turizm hem yerel halk üzerinde hem de bütün ülke üzerinde çeşitli etkilere sahiptir. Bunların en önemlileri ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerden oluşmaktadır. Uluslararası düzeyde yapılan araştırmalarda etnik turizmin hem olumlu hem olumsuz etkileri içerdiğini görülmektedir. Ancak daha yeni çalışmalar etnik turizmin olumlu özelliklerinin daha fazla olmaya başladığını vurgulamaktadır. Özellikle etnik turizm, etnik kültürün canlanması ve korunması konusunda, yerel halkın refahının artması ve sosyo-kültürel gelişiminde etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir. Kalkınma planlarında etnik azınlık toplulukların

kalkınmasında bir araç olarak kullanılması da buna örnek olarak gösterilebilmektedir.

Yabancı literatür taraması aracılığıyla çalışmada etnik turizm kavramı üretilmiştir. Etnik turizmin iki türü vardır: 1. Bir bölgede yaşayan yerel veya yerel olmayan, ortak tarihi, kültürü, dini ve dili paylaşan etnik azınlık gruplarının otantik kültürünü yakından tanıma ve tecrübe etme amaçlı seyahatlerdir. 2. Etnik bağdan dolayı motive olmuş insanların, başka bölgelerde yaşayan atalarını tanıma ve kendi etnik yapısını araştırmaya dönük seyahatlerdir. Bu tanımı temel alarak Karay Türklerinin kültürü, etnik turizmin özelliklerine uygun olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada, Türk turistlere yönelik Litvanya Trakai Bölgesi Karay Türkleri etnik turizm potansiyeli incelenmiştir. Çalışmada, Litvanya'ya tur düzenleyen Türk seyahat acentaları, Litvanya turizm yetkilileri, yerel halk temsilcileri ve turizm işletmeleri temsilcileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ve literatürde yer alan bilgilerle SWOT analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda yapılan çalışmanın bulguları TOWS matrisine uyarlanarak Litvanya'da Türk ve yabancı turistlere yönelik etnik Karay turizm potansiyeli açısından izlemesi gereken stratejiler saptanmıştır. Litvanya turizminin planlaması açısından en verimli sonucu doğurması için Türk turizm pazarının Karay Türklerine yönelik etnik turizm eğilimleri araştırılmış ve bunun güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiş, oluşabilecek olası sonuçları, fırsatları ve tehditleri belirlenmiştir.

Yapılan SWOT analizi ile ulaşılan sonuçlar incelendiğinde; araştırmanın, hem yerel Karayların kültür mirasını canlandırabilme ve onların turizme katılımlarını arttırma açısından, hem de Türk seyahat acentelerinin Litvanya turları pazarlaması açısından ve aynı zamanda Litvanya turizminin geliştirebilmesinde öneminin büyük olduğu görülmüştür. Bu Araştırma, Karay Türklerinin, Litvanya turizm yetkililerinin ve Türk seyahat acentelerinin Karay turizm potansiyelinden faydalanmaları açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, Karay Türklerinin sahip olduğu zengin kültürel miras etnik turizm olarak öncelikle Türk turizm pazarında olmak üzere tüm dünyada



turistik merak uyandıran bir etnik turizm destinasyon olarak pazarlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın sonuçları göz önüne alındığında, Litvanya'nın en popüler Türk turistik destinasyonlarından biri olan Trakai şehri, Karay kültürünün tanınmışlığı ve pazarlanması açısından Karay etnik turizminden faydalanmak için Karay kültürünün Türkiye'de daha kapsamlı bir tanıtımının yapılması gerektiğini ortaya koyulmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre Türk turizm pazarının potansiyeli yeterince kullanılmamaktadır. Yerel turizm yöneticileri tarafından yapılan turizm planlaması ve geliştirme stratejilerinde Karay kültürünün daha kapsamlı tanıtılmasının gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, araştırmanın asıl hedefi hem Litvanya hükümet temsilcilerine hem Litvanya turizmcilerine hem de Türk turizmcilerine faydalı olacak Litvanya'daki Karay etnik turizmin potansiyelini incelemektir. Litvanya hükümet temsilcilerine Türkiye'de Litvanya'nın tanınmışlığına katkı sağlayacak ve henüz yeterince bilinmeyen Litvanya turizm potansiyelini Türkiye turizm pazarına tanıtması önerisinde bulunulmuştur. Tanıtımın ana unsurlarından biri olarak Karay etnik kültürünün sunulması ile birlikte gelecekte Litvanya'ya Türk turist çekim stratejileri önerilmiştir. Bu stratejiler arasında Litvanya'ya Türk turisti çekecek Karay etnik topluluğun Türklere hem kültür hem de dil açısından yakın olduğu unsurların tanıtılması yer almaktadır. Tanıtım stratejisinde Karay etnik kültürünün tanıtımı iki taraflı olarak hem Litvanya turizm yetkilileri hem de Türk turizmcileri tarafından yapılması gerekmektedir. Tanıtımın daha etkili gerçekleştirilebilmesi için yerel turizm yetkilileri ve yerel Karay etnik topluluğu ile işbirliği kurulması gerekmektedir. Ayrıca yerel halkın turizme katılımlarını artırma stratejisinde finansal teşvikler yapılması gerekmektedir. Litvanya turizmcileri için yerel azınlıkların etnik kültürünün turistik ürüne dönüştürülmesinin faydaları, hem kültürün korunması açısından hem de finansal bir kaynak olarak kullanılması Trakai bölgesinde etnik turizmin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Etnik turizm konulu Avrupa ülkeleri araştırmaları çok nadir bulunmaktadır. Bu yüzden bu çalışmanın Avrupa etnik turizm araştırmalarına katkı sağlayacağı

düşünülmektedir. Ayrıca daha önce yapılan araştırmalarda Karay Türkleri topluluğunu turizm açısından değerlendirilmemiştir. Türkçe çalışmalarında Karayların dili ve dini en popüler konular olarak yer almaktadır. Bu yüzden turizm açısından Karay Türklerin değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Aynı zamanda bu çalışma, Litvanya turizmini konu alan ilk Türkçe bilimsel çalışma olmuştur. Bu eksikliğin giderilmesi adına koyulan ilgili daha fazla akademik ve uygulamalı çalışma yapılarak farkındalığı artırılması da Karay etnik kültürün Litvanya turizm sektöründeki gelişimi açısından önem taşımaktadır. Bu kapsamı değerlendirdiğimizde, bu araştırma, bundan sonraki araştırmalarının etnik turizm açısından farklı bölgelerin ve ülkenin turizm potansiyelinin ve onu artırma stratejilerinin incelenmesine kaynak niteliği taşımaktadır.

## Kaynakça

- Abaravičius, G.: Nacionalinės Prielaidos Įrašyti Trakus į UNESCO Paveldo Sąrašus. (Çevrimiçi) <http://seniejitrakai.lt/trakai-ir-unesco/>, 3 Mayıs 2015.
- Abkowicz, M.: “Teatralizuotas Vaidinimas”. Trakai: **Traku Zeme**, 2014.
- Adams, K. M.: “Art as Politics: Re-crafting Identities, Tourism and Power in Tana Toraja, Indonesia”. Honolulu: University of Hawai’i Press, 2006.
- Adams, K. M.: “Cultural Commoditization in Tana Toraja, Indonesia”. **Cultural Survival Quarterly** , 1990, s. 31-34.
- Adams, K. M.: “Cultural Displays and Tourism in Africa and Americas”. **Ethnohistory**, 2003, s. 567-573.
- Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayın Kurulu.: TÜROFED Turizm Raporu, 2014.
- Akis S. & N. Peristianis, J. Warner.: “Residents’ Attitudes to Tourism Development: The Case of Cyprus”. **Tourism Management**, 1996, s. 481-494.
- Akova, O.: “Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik bir Araştırma”. **Akademik İncelemeler Dergisi**, 2006.
- Alaeddinoğlu, F.: “Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli”. **Coğrafi Bilimler Dergisi**, 2007, s. 1-16.
- Allen, L., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R.: “Rural Residents Attitudes Toward Recreation and Tourism Development”. **Journal of Travel Research**, 1994, s. 27-33.
- Altınkaynak, E.: “Karay-Kırımçak İlişkileri ve Musevi Dinli İki Türk Halkının Ayrışma Sebepleri”. **Karadeniz** , 2008, s. 35-51.
- Altman, J.: “Tourism Dilemmas for Aboriginal Australians”. **Annals of Tourism Research** , 1989, s. 449-456.

- Altrimenti.: “Karaimu Street, Where the Other Europe Lives”, 2014. (Çevrimiçi) <http://www.altrimenti.net/2014/12/karaimu-street-where-other-europe-lives.html>, 5 Haziran 2015.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A.: “Residents’ Perceptions of Community Tourism Impacts”. **Annals of Tourism Research** , 2005, s. 1054-1076.
- Ap, J.: “Residents’ Perception on the Social Impacts of Tourism”. **Annals of Tourism Research** , 1990, s. 610-616.
- Ap, J.: “Residents’ Perception on Tourism Impacts”. **Annals of Tourism Research** , 1992, s. 665-690.
- Avcıkurt, C.: **Turizm Sosyolojisi: Turist - Yerel Halk Etkileşimi**. Ankara: Detay Yayıncılık, 2007.
- Avrupa Komisyonu.: (Çevrimiçi)[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural\\_routes/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural_routes/index_en.htm), 8 Haziran 2015.
- Bahar, O., & Kozak, M.: **Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik**. Ankara: Detay Yayıncılık, 2005.
- Bank, T. W.: 2003 World Development Indicators. Washington: **The World Bank Publication**, 2003.
- Barutçugil, İ. S.: **Turizm İşletmeciliği**. İstanbul: Beta Basım Yayıncılık, 1989.
- Baum, T.: “Human Resources in Tourism: an Introduction”. T. Baum içinde, **Human Resource Issues in International Tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann, s. 3-21, 1993.
- Bektaş, C.: “Koruma ve Onarım Gözden Geçirilip Genişletilmiş Yeni Basım”. İstanbul: Literatür Yayınları, 2001.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R.: “The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta, Columbia”. **Annals of Tourism Research** , s. 83-101, 1980.
- Berghe, P. L.: **The quest for the other: Ethnic tourism in San Cristobal**. Mexico, Seattle & London: University of Washington Press, 1994.
- Berghe, v. d.: “Tourism and the Ethnic Division of Labour”. **Annals of Tourism Research** , s. 234-249, 1992.
- Bilim, Y., & Özer, Ö.: “Yerel Halk Gözüyle Konya’da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Etkileri”. Necmettin erbakan

Üniversitesi .

- Blackstock, K.: "A Critical Look at Community-Based Tourism". **Community Development Journal** , s. 39-49, 2005.
- Boissevain, J.: "Ritual, Tourism and Cultural Commoditization in Malta: Culture by the Pound?" T. Selwyn içinde, **The Tourist Image: Myth and Myth Making in Tourism**. Chichester: John Wiley. s. 105-120, 1996.
- Boswell, R.: "Heritage Tourism and Identity in the Mauritian Villages of Chamarel and Le Morne". **Journal of Southern African Studies** , s. 283-295, 2005.
- Britton, S.: "Tourism, Capital and Place: Towards a Critical Geography of Tourism". **Environment and Planning D: Society and Space** 9 , s. 451-478, 1991.
- Brohman, J.: "New Directions in Tourism for Third World Development". **Annals of Tourism Research** , s. 48-70, 1996.
- Brown, F.: **Tourism Reassessed: Blight or Blessing?** Oxford: Butterworth & Heinemann, 2000.
- Bruner, E. M.: **Culture on Tour: Ethnographies of Travel**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 2005.
- Brunt, P., & Courtney, P.: "Host Perception of Sociocultural Impacts". **Annals of Tourism Research** , s. 493-515, 1999.
- Bucas, J.: Traku Istorinio Nacionalinio Parko Isskirtine Kompleksine Verte. Kauno Technologijos Universitetas.
- Butler, R. W.: "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implication for the Management of Resources". **Canadian Geographer** , s. 5-12, 1980.
- Buttler R., T. Hinch.: **Tourism and Indigenous Peoples**. London: International Thomson Business Press, 1996.
- Cahovskis, K.: "Lietuva ne Krymas, bet Gimta Salele". 2012, (Çevrimiçi) <http://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/lietuva-ne-krymas-bet-gimta-salele.d?id=57889816>, 5 Haziran 2015.
- Cohen, E.: "Authenticity and Commoditization in Tourism". **Annals of Tourism Research** , s. 371-386, 1988.

- Cohen, E.: **Thai Tourism: Hill Tribes, Islands and Open-ended Prostitution**. Bangkok: White Lotus Press, 2001.
- Coltman, M. M.: **Introduction to Travel and Tourism an International Approach**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.
- Crick, M.: "Representation of International Tourism in the Social Sciences". **Annual Review of Anthropology** , s. 307-344, 1989.
- Crystal, E.: "Tourism in Toraja (Sulawesi Indonesia)". V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 139-168, 1989.
- Çetin, T.: "Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı". **Milli Folklor** , s. 181-190, 2010.
- Davidson, J.: "Karaite Cuisine at Kybynlar", 2015.
- Davis, D., Allen, J., & Consenza, R. M.: "Segmenting Local Residents by their Attitudes, Interest and Opinions Towards Tourism". **Journal of Travel Reserch** , s. 2-8, 1988.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L.: "Rethinking Social Impacts: A New Research Agenda". **Tourism Management** , s. 64-73, 2012.
- Deitch, L. I.: "The Impact of Tourism upon the Arts and Crafts of the Indians of the Southwestern United States". V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 223-236, 1977.
- Demirkaya, H., & Çetin, T.: "Residents' Perceptions on the Social and Cultural Impacts of Tourism in Alanaya (Antalya-Turkey)". **Ekev Akademi Dergisi** , s. 383-392, 2010.
- DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü): "Genel Nüfus Sayımı Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Etkileri, İzmir". Ankara: TC Başbakanlık Devlet İstatistik Kurumu, 2000.
- DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü): "Genel Nüfus Sayımı Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri, İzmir". Ankara: TC Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, 1985.
- DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü): "Genel Nüfus Sayımı Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri, İzmir". Ankara: TC Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, 1990.

- Doğan, İ.: **Türk Dili ve Kompozisyon Bilgileri**. Ordu: Serüven Kitap, 2010.
- Dredge, D.: “Policy Networks and the Local Organisation of Tourism”. **Tourism Management** , s. 269-280, 2006.
- Eng, I.: “Historical Contingency and Commercialisation in Xishuangbanna, China”. **Journal of Economic and Social Geography** , s. 446-458, 1998.
- Eren, H.: “Türk Dili” **Türk Ansiklopedisi C.XXXII**. Ankara, 1983.
- Ergün, M.: “Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Nitel Araştırma Yöntemleri”.
- Ermete, T.: “We Have Learned Many Things from the Foreigners”. **Hotel** , 4(27), 1996.
- Esman, M.: “Tourism as Ethnic Preservation: The Cajuns of Louisiana”. **The Annals of Tourism Research** , s. 451-467, 1984.
- Feng, X.-H.: “Who Benefit? Tourism Development in Fenghuang County, China”. **Human Organization** , s. 207-220, 2008.
- Ferguson, L.: “Promoting Gender Equality and Empowering Women? Tourism and The Third Millennium Development Goa”. **Current Issues in Tourism** , s. 235-249, 2011.
- Fırat, F. A.: “Consumer Culture or Culture Consumed?” J. A. Costa, & G. Bamossy içinde, **Marketing in a Multicultural World** (s. 40-56). California: Sage, 1995.
- Fisher, D.: “The Social-Economik Consequences of Tourim in Levuk, Fiji”. Yayınlanmamış Doktora Tezi , Lincoln University, Canterbury, New Zealand, 2000.
- Flacke-Neudorfer, C.: “Community-Based Tourism in Laos: Challenges and Opportunities for Local Communities”. **Juth Pakai** , s. 6-15, 2006.
- Frideres, J.: **Native Peoples in Canada: Contemporary Conflicts**. Ontario: Prentice-Hall, 1988.
- Garrison, L.: “Tourism - Wawe of the Future?” **World Development (UNDP)** , s. 4-6, 1989.

- Gartner, W. C.: **Tourism Development. Principles, Processes and Policies.** NY: John Wiley & Sons, 1996.
- Getz D., W. Jamieson.: “Rural Tourism in Canada: Issues, Opportunities and Entrepreneurship in Aboriginal Tourism in Alberta”. S. & Getz içinde, **The Bussiness of Rural Tourism: International Perspectives.** Toronto: International Thomson Bussiness Press, s. 93-107, 1997.
- Getz, D.: “Residents’ Attitudes Towards Tourism”. **Tourism Management** , s. 247-258, 1994.
- Gladney, D.: “Representing Nationality in China: Refiguring Majority/Minority Identities”. **Journal of Asian Studies** , s. 92-123, 1994.
- Goeldner, C. R., & Brent, J. R.: **Tourism Principles, Practices, Philosophies.** Hoboken: Willey, 2006.
- Goering, P. G.: “The Response to Tourism in Ladakh”. **Cultural Survival Quarterly** , 20-25, 1990.
- Goffe, P.: “Development Potential of International Tourism, How Developing Nations View Tourism”. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly** , s. 24-31, 1975.
- Graburn, N.: **Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expression from the Fourth World.** Barkley: University of California Press, 1976.
- Graburn, N. H.: “The Evolution of Tourist Arts”. **Annals of Tourism Research** , 393-449, 1984.
- Graburn, N. H.: “Tourism: the Sacred Journey”. V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism.** Oxford: Basil Blackwell, s. 17-33, 1978.
- Greenwood, D.: “Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization”. V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism** (2. baskı) Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 171-185, 1989.
- Greenwood, D. J.: “Culture by the Pound: an Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization”. S. B. Gmelch içinde, **Tourists and Tourism: A Reader.** Long Grove: Waveland Press, s. 157-170, 2004.



- Gunn, C. A.: **Tourism Planning** (Second Ed.). New York: Taylor and Francis, 1988.
- Gunn, C. A.: **Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases**. Washington DC: Taylor & Francis, 1994.
- Gülsevin, S.: “Günümüz Karay Türkçesi (Giriş-Dil Özellikleri-Metinler-Söz Dizini) ve Türk Lehçeleri Arasındaki Yeri”. İzmir: Ege Üniversitesi Basılmamış Doktora Tezi, 2010.
- Gülsevin, S.: “Karay Türkçesinin Kendisine Has Özellikleri ve Türk Lehçeleri Arasındaki Yeri”. **Karadeniz Araştırmaları** , s. 207-222, 2013.
- Gümüş N., S. Özüpekçe.: “Foça’da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri”. **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi** , s. 398-417, 2009.
- Gür, T. H.: “Turizm Sektörü”. E. A. Şahinöz içinde, **Türkiye Ekonomisi**. Ankara: İmaj Yayınevi, 2001.
- Gürsoy, D., & Rutherford, D. K.: “Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model”. **Annals of Tourism Research** , s. 495-516, 2004.
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G.: “The Social Impact of Tourism: A Case Study of Bath, UK”. **Annals of Tourism Research** , s. 647-668, 2005.
- Hampton, M. P.: “Heritage, Local Communities and Economic Development”. **Annals of Tourism Research** , s. 735-759, 2005.
- Handler, R., & Linnekin, J.: “Tradition, Genuine or Spurious”. **Journal of American Folklore** , s. 273-290, 1984.
- Hanson, A.: “The Making of the Maori: Cultural Invention and Its Logic”. **American Anthropologist** , s. 890-902, 1989.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A.: “Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos”. **Annals of Tourism Research** , s. 503-526, 1996.
- Harrison, D.: “International Tourism and the Less Developed Countries: The Background”. D. Harrison içinde, **Tourism and the Less Developed Countries**. London: Belhaven Press, s. 1-18, 1992.
- Harron, S., & Weiler, “Review: Ethnic Tourism”. C. M. B. Weiler içinde, **Special**

- B.: **İnterest Tourism**. London: Belhaven, s. 83-92, 1992.
- Hashimoto, H.: “Re-Creating and Re-Imagining Fold Performing Arts in Contemporary Japan”. **Journal of Folklore Research** , s. 35-46, 1998.
- Henderson, J.: “Ethnic Heritage as a Tourist Attraction: The Peranakans of Singapore”. **International Journal of Heritage Studies** , s. 27-44, 2003.
- Heywood, A.: **Siyaset**. Ankara, 2006.
- Hichcock, R. K., & Brandenburgh, R. L.: “Tourism, Conservation, and Culture in the Kalahri Desert, Botswana”. **Cultural Survival Quarterly** , s. 20-24, 1990.
- Hipwell, W. T.: “Taiwan Aboriginal Ecotourism: Tanayiku National Ecology Park”. **Annals of Tourism Research** , s. 876-897, 2007.
- Hitchcock, M.: “Ethnicity and Tourism Enterpreneurship in Java and Bali”. **Current Issues in Tourism** , s. 204-225, 2000.
- Hiwasaki, L.: “Ethnic Tourism in Hokkaido and the Shaping of Ainu Identity”. **Pacific Affairs** , s. 393-412, 2000.
- Howes, D.: “Introduction: Commodities and Cultural Borders”. D. Howes içinde, **Cross Cultural Consumption: Global Markets and Local Realities**. New York: Routledge, s. 1-18, 1996.
- İnanç, H.: “AB’ye entegrasyon sürecinde Türkiye’nin kimlik problemleri”. Ankara, 2005.
- Ishi, K.: “The Impact of Ethnic Tourism on Hill Tribes in Thailand”. **Annals of Tourism Research** , s. 290-310, 2012.
- Jackson, J.: “Developing Regional Tourism in China: The Potential for Activating Business Clusters in a Socialist Market Economy”. **Tourism Management** , s. 695-706, 2006.
- Jafari, J.: “Sociocultural dimensions of tourism: An English Language Literature Review”. J. Bystrzanowski içinde, **Tourism as a Factor of Change: A Social Cultural Study**. Vienna: International Social Science Council European Coordination Centre for Research and Documentation in Social Sciences, s. 17-60, 1989.

- Jithendran ve Baum.: “Human Resouces Developmend and Sustainability - The Case of Indian Tourism”. **International Journal of Tourism Research** , s. 403-421, 2000.
- Johnston, B. R.: “Save our Beach Dem and our Land too! The Problems of Tourism in “America’s Paradise””. **Cultural Survival Quarterly** , s. 31-37, 1990.
- Jurginis, J., & Sidlauskas, A. V.: “Krustas ir Zmones”. s. 8-42, 1988.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R.: “A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reaction to Tourism”. **Journal of Travel Research** , s. 3-11, 1997.
- Karadeniz E., S. Y. Kandır, Y. B. Önal.: “Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirilmesine Yönelik bir Pilot Çalışma”. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi** , s. 195-205, 2007.
- Kavallinis, I., & Pizam, A.: “The Environmental Impacts of Tourism: Whose Responsibility is it Anyway? The Case Study of Mykonos”. **Journal of Travel Research** , s. 26-32, 1994.
- Kent, M.: “Rom Reeds to Tourism: The Transformation of Territorial Conflicts in the Titicaca National Reserve”. **Current Issues in Tourism** , s. 86-103, 2006.
- Kent, N.: “A New Kind of Sugar”. B. R. Watson içinde, **A New Kind of Sugar: Tourism in the Pacific**. Honolulu: East-West Center, s. 169-198, 1975.
- Keogh, B.: “Public Participation in Community Tourism Planning”. **Annals of Tourism Research** , s. 449-465, 1990.
- Khouangvichit, D.: “Socio-Economic Transformation and Gender Relations in Lao PDR”. Doktora Tezi. Sweden: Umea University, 2010.
- Kincaid, J.: **A Small Place**. New York: Penguin Books, 1988.
- King, B.: “What is Ethnic Tourism? An Australian Perspective”. **Tourism Management** , s. 173-176, 1994.
- King, D. A., & Stewart, W. P.: “Ecotourism and Commodification: Protecting People and Places”. **Biodiversity and Conservation** , s. 293-305., 1996.

- Klieger, P. C.: “Close Encounters: “Intimate” Tourism in Tibet”. **Cultural Survival Quarterly** , s. 38-42, 1990.
- Kobeckaite, H.: **Lietuvos Karaimai**. Vilnius: Baltos Lankos, 1997.
- Komlosy, A.: “Procession and Water Splashing: Expressions of Locality and Nationality During Dai New Year in Xishuangbanna”. **Journal of the Royal Anthropological Institute** , s. 351-373, 2004.
- Kousis, M.: “Tourism and the Family in a Rural Cretan Community”. **Annals of Tourism Research** , s. 318-332, 1989.
- Kricinskis, S.: **Lietuvos Totoriai**. Vilnius, 1993.
- Kultūros Paveldo Departamentas: **Kultūros Vertybių Registras** (Çevrimiçi),<http://kvr.kpd.lt/heritage/>, 10 Nisan 2015.
- Kusluvan ve Karamustafa.: “Multinational Hotel Development in Developing Countries: an Exploratory Analysis of Critical Policy Issues”. **International Journal of Tourism Research** , s. 179-197, 2001.
- Labanauskaite, D.: “Atvykstamojo Turizmo Ekonominio Produkto Vertinimas”. Kaunas: Doktora Tezi, Kaunas Teknoloji Üniversitesi, 2002.
- Lankford, S. V.: “Attitudes and Perceptions Toward Tourism and Rural Regional Development”. **Journal of Travel Research** , s. 35-43, 1994.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R.: “Developing a Tourism Impact Attitude Scale”. **Annals of Tourism Research** , s. 121-139, 1994.
- Lea, J.: **Tourism and Development in the Third World**. London: Routledge, 1988.
- Leiper, N.: “An etymology of ‘tourism’”. **Annals of Tourism Research** , s. 277-280, 1983.
- Leiper, N.: **Tourism Management**. Melbourne: RMIT Publishing, 1997.
- Leong, L. W.-T.: “Commodifying ethnicity: State and ethnic tourism in Singapore”. R. E. Miche Picard içinde, **Tourism, ethnicity and the state in Asian and Pacific societies**. Hawai: University of Hawai’i Press, s. 71-99, 1997.

- Li, W. J.: “Community Decisionmaking: Participation in Development”. **Annals of Tourism Research** , s. 132-143, 2006.
- Li, Y.: “Ethnic Tourism. A Canadian Experience”. **Annals of Tourism Research** ,s. 115-131, 2000.
- Lietuvos Kaimo Turizmo Asociacija: (Çevrimiçi), <http://www.atostogoskaieme.lt/lt/ka-veikti>. 20 Mart 2015.
- Lietuvos Respublikos Ukio Ministerija: **Europos Sajungos Paramos Poveikio Lietuvos Turizmi Sektoriui ir Pletros Galimybiu Vertinimo Planas**. Vilnius, 2013.
- Lietuvos Respublikos Vyriausybė: **Lietuvos Turizmo Pletros 2014-2020 Metu Programa**, 2014.
- Lietuvos Statistikos Departamentas: **Gyventojai pagal Tautybe, Gimtąja Kalba ir Tikyba**. Vilnius, 2013.
- Lietuvos Statistikos Departamentas: **Karaimai Lietuvoje**. Vilnius, 1997.
- Lietuvos Statistikos Departamentas: **Lietuvos Respublikos 2011 metu Visuotinio Gyventoju ir Busto Surasymo Rezultatai**. Vilnius, 2013.
- Lietuvos Zinios: “Forbes” Rekomenduoja 2015-aisiais Aplankyti Lietuva (Çevrimiçi), <http://lzinios.lt/lzinios/Keliones/-forbes-rekomenduoja-2015-aisiais-aplankyti-lietuva/194990>, 25 Mart 2015.
- Lindberg, K., & Johnson, R. L.: “Modeling Resident Attitudes Towards Tourism”. **Annals of Tourism Research** , s. 402-424, 1997.
- Linnekin, J.: “Consuming Cultures: Tourism and the Commoditization of Cultural Identity in the Island Pacific”. R. E. Michel Picard içinde, **Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies**. Honolulu: University of Hawai’i Press. s. 215-251, 1997.
- Linnekin, J., & Poyer, L.: “Cultural Identity an Ethnicity in the Pacific”. Honolulu: University of Hawai’i Press, 1990.
- Lisauskaite, B.: “Trakai iki Septynioliktojo Simtmecio”. Kaunas: Traku Istorijos Muziejus, 2003.
- Litvanya Karayların Resmi Web Sitesi.:* [www.karaim.eu](http://www.karaim.eu).

- Liu, J. C., & Var, T.: “Residents Attitude Towards Tourism Impacts in Hawaii”. **Annals of Travel Research** , s. 193-214, 1986.
- Long, P. T., & Richardson, S. L.: “Integrating Recreation and Torism Development in Small Winter Cities”. **Leisure Today** , s. 26-29, 1989.
- MacCannell, D.: **Empty Meeting Grounds: The Tourist Papers**. London: Routledge. 1992.
- MacIntosh, Goeldner.: **Tourism: Principless, Practices, Philosophies**. New York: Willey. 1990.
- MacNaught, T. J.: “Mass Tourism and the Diemmas of Modernization in Pacific Island Communities”. **Annals of Tourism Research** , s. 359-381, 1982.
- Madrigal, R.: “A Tale of Tourism in Two Cities”. **Annals of Tourism Research** , s. 336-353, 1993.
- Mann, J.: **Texts and Studies in Jewish History and Literature, II: Karaitica**. Philadelphia, 1935.
- Maoz, D.: “The Mutual Gaze”. **Annals of Tourism Research** , s. 221-239, 2005.
- Marshall, G.: **Sosyoloji Sözlüğü**. Ankara, 1999.
- Martin, K.: “Tourism as Social Contest: Opposing Local Evaluations of the Tourist Encounter”. **Tourism, Culture & Communication** , s. 59-69, 2008.
- Mathieson, A., & Wall, G.: **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**. New York: Longman House.
- McCannell, D.: “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings”. **American Journal of Sociology** , s. 589-603, 1973.
- McCannell, D.: **The Tourist: A New Theory of the Leisure Class**. New York: Schocken Books, 1976.
- McCool, S. F., & Martin, S. T.: “Community Attachment and Attitudes toward Tourism Development”. **Journal of Travel Research** , s. 29-34, 1994.
- McIntyre, G., Hetherington, A., & Inskip, E.: **Sustainable Development: Guide for Local Planners**. Madrid: World Tourism Organization, 1993.

- McKean, P. F.: “Towards a Theoretical Analysis of Tourism: Economic Dualism and Cultural Involution in Bali”. V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. s. 93-107, 1977.
- McKercher, B., & Fu, C. : “Living on the Edge”. **Annals of Tourism Research** , s. 767-784, 2006.
- Mekionis, D.: “Lietuvos Turizmo Pletros Raida ir Perspektyvos, Lyginamoji Analize su Baltijos Salimis”. Vilnius: Vilniaus Mykolo Romerio Universitetas, 2008.
- Mercer, D.: “Native Peoples and Tourism: conflict and compromise”. W. F. Theobald içinde, **Global Tourism, The Next Decade**. Oxford; Boston: Butterworth-Heinemann, s. 124-145, 1995.
- Middleton, J.: “Aspects of Tourism in Kenya”. **Anthropology Southern Africa** , s. 65-74, 2004.
- Milasiene, A., & Zaliapugiene, A. : “Sengeno Zonos Itaka Turizmo Srautams Lietuvoje”. **Inovacijos Turizmo Versle ir Moksle** , s. 65-68, 2008.
- Milman, A., & Pizman, A.: “Social Impact of Tourism on Central Florida”. **Annals of Tourism Research** , s. 191-204, 1988.
- Milman, A., & Pizman, A.: “The Role or Awareness and Familiarity with a Destination”. **Journal of Travel Research** , s. 21-31, 1995.
- Milne, S. S.: “Differential Multipliers”. **Annals of Tourism Research** , s. 499-515, 1987.
- Monsen, R., & Torres, J.: “Gringolandia: The Construction of a New Tourist Space in Mexico”. **Annals of the Association of American Geographers** , s. 314-335, 2005.
- Moss, E., & D., G.: **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**. London: Longman, 1995.
- Mowforth ve Mundt.: **Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World**. London: Routledge, 1998.
- Murphy, P. E.: **Tourism: A Community Approach**. London: Routledge, 1985.
- Nepal, S. K.: “Limits to Indigenous Ecotourism: An Exploratory analysis

- from the TI'azt'en territories, Northern British Columbia". C. R. Aicken içinde, **Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture**, Amsterdam: Elsevier, s. 499-515, 2005.
- Oakes, T. S.: "Ethnic Tourism in Rural Guizhou: Sense of Place and the Commerce of Authenticity". M. P. Wood içinde, **Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies**. Hawaii: Univerity of Hawai'i Press, s. 35-71, 1997.
- Oakes, T.: **Tourism and Modernity in China**. London: Rotledge, 1998.
- Oficialus Lietuvos Interneto Vartai.: (Çevrimiçi) <http://www.lithuania.travel/lt/naujienos/national-geographic-i-traku-pili/76502>, 30 Mart 2015.
- Oficialus Lietuvos Interneto Vartai.: (Çevrimiçi), [https://www.lietuva.lt/lt/apie\\_lietuva/lietuviu\\_kalba](https://www.lietuva.lt/lt/apie_lietuva/lietuviu_kalba), 15 Mart 2015.
- Oficialus Lietuvos Interneto Vartai.: (Çevrimiçi), [https://www.lietuva.lt/lt/turizmas/lankytinos\\_vietos/regionai](https://www.lietuva.lt/lt/turizmas/lankytinos_vietos/regionai), 15 Mart 2015.
- Oficialus Lietuvos Interneto Vartai.: (Çevrimiçi), [https://www.lietuva.lt/lt/turizmas/lankytinos\\_vietos/nacionaliniai\\_parkai](https://www.lietuva.lt/lt/turizmas/lankytinos_vietos/nacionaliniai_parkai), 23 Mart 2015.
- Oğuz, Ö., Özay, P., & Tacar, P.: **Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?** Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 2009.
- Oğuz, Ö., Özay, Y., & Tacar, P.: "Somut Olmayan Kültürel Miras ve Kültürel İfade Çeşitliliği". **Milli Folklor**, s. 6-12, 2009.
- Özdemir, M. A., & Kervankıran, İ.: "Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği". **Marmara Coğrafya Dergisi**, s. 1-25, 2011.
- Özdemir, M.: "Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine bir Çalışma". **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, s. 323-343, 2011.
- Özdemir, N.: "Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi". **Milli Folklor** 84, s. 73-86, 2009.
- Özdemir, P.: "Hazar Türkçesi ve Hazar Türkçesi Leksikoloji Tespiti Denemesi". **Karadeniz Araştırmaları**, s. 189-206, 2013.



- Özdemir, Y., Şimşek, U., & Aktaş, E.: “Postmodernite ve Etnisite”. **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** , s. 325-332, 2008.
- Özgüç, N.: **Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler**. İstanbul: Çantay Kitabevi, 2003.
- Pan, X.: “Interview with Author”. Kaili, Guizhou, 1994.
- Parker, B.: “The Royal Commission on Aboriginal Peoples”. In **Expanding Responsibilities: A Blueprint for the Travel Industry**, Whistler, BC: Tourism and Travel Association, s. 258-264, 1993.
- Pearce ve Butler.: **Tourism Research: Critiques and Challenges**. London: Routledge, 1993.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L.: “Resident Support for Tourism Development”. **Annals of Tourism Research** , s. 586-599, 1990.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L.: “Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes”. **Annals of Tourism Research** , s.420-429, 1987.
- Phommavong, S., & Sörensson, E.: “Ethnic Tourism in Lao PDR: Gendered Divisions of Labour in Community Based Tourism for Poverty Reduction”. **Current Issues in Tourism** , s. 350-362, 2014.
- Picard, M.: **Bali: Cultural Tourism and Touristic Culture**. Singapore: Archipelago Press. (1996).
- Picard, M.: “Cultural Heritage and Tourist Capital in Bali”. E. M. J. B. Allcock içinde, **International Tourism: Identity and Change** London: Sage, Studies in International Sociology, s. 44-66, 1995.
- Picard, M., & Wood, R. E.: **Tourism, ethnicity and the state in Asian and Pacific societies**. Hawai: University of Hawai’i Press, 1997.
- Pi-Sunyer, O.: “Through Native Eyes: tourists and Tourism in a Catalan Maritime Community”. V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 149-155, 1977.
- Pitchford, S.: “Ethnic Tourism and Nationalism in Wales”. **Annals of Tourism Research** , s. 35-52, 1995.
- Pizman, A.: “Tourism’s Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents”. **Journal of**

- Travel Research** , s. 8-12, 1978.
- Prentice, R.: “Community-Driven Tourism Planning and Residents’ Preferences”. **Tourism Management** , s. 218-227, 1993.
- Ritchie, J. R.: “Consensus Policy Formulation in Tourism: Measuring Resident Views via Survey Research”. **Tourism Management** , s. 199-212, 1988.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I.: **The Competitive Destination**. England: CABI Publishing, 2003.
- Robinson, M.: “Cultural Conflicts in Tourism: inevitability and Inequality”. M. R. Boniface içinde, **Tourism and Cultural Conflicts**. Oxford: CABI Publishing, s. 1-32, 1999.
- Roney, S. A.: **Turizm bir Sistemin Analizi**. Ankara: Detay Yayıncılık, 2011.
- Roosens, E. E.: **Creating Ethnicity: The Process of Ethnogenesis**. Newbury Park: Calif. Sage Publications, 1989.
- Rowell, S. C.: “Fifteen-Century Poland-Lithuania in the Light of an anonymous Krakow Notebook”. **Quaetiones Medii Aevi Novae**, 2003.
- Rowell, S. C.: “Nevisiskai Atsiskyrusi Tauta: Lietuvos Zydija, Lietuva ir Europa”. **Naujasis Zidinys-Aidai**, 2003.
- Rowell, S. C.: “Trakai - Lietuvos Didziosios Kunigaikstystes Mikrokosmosas”. Lietuvos Istorijos Institutas .
- Ryan, C.: **Recreational Tourism: A Social Science Perspective**. London: Routledge, 1991.
- Ryan, C.: **Recreational Tourism: Demand and Impacts**. Clevedon, England: Channel View Publications, 2003.
- Scheyvens, R.: “Backpacker Tourism and Third World Development”. **Annals of Tourism Research** , s. 144-164, 2002.
- Setha, R., & Richmond, B.: “U.S. Virgin Islanders’ Perception of Tourism: (TSM)”. **Journal of Travel Research** , s. 30-31, 1978.
- Sharpley, R.: **Tourism, Tourists and Society**. Huntingdon: ELM, 1994.

- Sheldon, P. J.: “Destination Information Systems”. **Annals of Tourism Research** , s. 633-649, 1993.
- Sheldon, P. J., & Var, T.: “Residents Attitudes to Tourism in North Wales”. **Tourism Management** , s. 40-48, 1984.
- Smith , V.: **Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism.** Oxford: Basil Blackwell, 1978.
- Smith, V.: “Eskimo-Tourism: Micro-Models and Marginal Men”. V. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism.** Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 55-82, 1989.
- Smith, V.: **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism.** University of Pennsylvania Press, 1989.
- Smith, V. L.: **Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism.** Oxford: Basil Blackwell, 1978.
- Sofield, T. H.: “Anuha Island Resort, Solomon Islands: A Case Study of Failure”. R. B. Hinch içinde, **Tourism and Indigenous Peoples.** London: International Thomson Business Press, s. 176-202, 1996.
- Soykan, F.: “Bir Turizm Coğrafyası Araştırması: Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü’ne (İzmir) Uygulanması “. **Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları** , No: 122, 2004.
- Statistics Lithuania.: **Tourism in Lithuania 2013.** Vilnius, 2014.
- Statistikos Departamentas prie LR Vyriausybės.: **Turizmas Lietuvoje 1998.** Vilnius, 1999.
- Stauss, A., & Corbin, J.: **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques.** New Delhi: SAGE Publications, 1990.
- Steponavicius, A.: “Trakai-Medinis Miestas Tarp Ezeru.Tradicines Architekturos Paveldas Mieste ir Apymiestyje”, (Çevrimiçi), <http://www.seniejitrakai.lt/assets/PDF/16.pdf>. UAB Projektavimo ir Restauravimo Institutas, 25 Mayıs 2015.
- Swain, M. B.: “Cuna Women and Ethnic Tourism: A Way to Persist and an Avenue to Change”. V. L. Smith içinde, **Hosts ang**

- Guests. The Anthropology of Tourism.** Oxford: Basil Blackwell, s. 71-83, 1978.
- Swain, M. B.: “Developing Ethnic Tourism in Yunnan, China”. **Tourism Recreation Research** , s. 33-39, 1989.
- Swain, M. B.: “Women Producers of Ethnic Arts”. **Annals of Tourism Research** , s. 32-51, 1993.
- Swain, M.: “Commoditizing Ethnicity in Southwest China”. **Cultural Survival Quarterly** , s. 26-29, 1990.
- Swanson, K. K., & De Vereux, C.: “Culturally Sustainable Entrepreneurship: A Case Study for Hopi Tourism”. C. R. K. F. Hyde içinde, **Field Guide to Case Study Research in Tourism, Hospitality and Leisure**. Bingley: Emerald Publishing, s. 479-496, 2012.
- Thompson, K.: “Post-colonial politics and Resurgent Heritage: The Development of Kyrgyzstan’s Heritage Tourism Product”. **Current Issues in Tourism** , s. 370-382, 2004.
- Toops, S.: “Tourism in Xinjiang, China”. **Journal of Cultural Geograpy** , s. 19-34, 1992.
- Tortop, N.: “Yerel Yönetimlerin Turizmin Gelişmesindeki Görev ve Sorumlulukları ve Çevre Korunmasının Önemi”. I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı içinde Kızılcahamam Ankara: Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, s. 56-68, 2001.
- Tosun, C.: “Host Perception of Impacts: A Comparative Tourism Study”. **Annals of Tourism Research** , s. 231-253, 2002.
- Traku Istorinis Nacionalinis Parkas.:* (Çevrimiçi) <http://www.seniejitrakai.lt/apie-park/>, 20 Nisan 2015.
- Traku Istorinis Nacionalinis Parkas.:* (Çevrimiçi) <http://www.seniejitrakai.lt/place-lt-48/text>, 20 Nisan 2015.
- Traku Turizmo Informacijos Centras.: **Traku TIC Lankytoju Statistika**, 2013.
- Traku Turizmo Informacijos Centras.: **Traku Turizmo Informacijos Centro Veiklos Ataskaita**, 2012.
- Trask, H. K.: **From a Native Daughter: Colonialism and Sovereignty in Hawai’i**. Monroe, ME: Common Courage Press, 1993.

- Troskovaite, D.: “Modernios Karaimu Tapatybes Kurimas XX a. Pradžioje”. **Istorija**, s. 3-13, 2013.
- Turizmo Pletros Institutas.: “Darni Turizmo, Kultūros ir Sporto Pletra Traku Rajono Savivaldybeje”. Traku Rajono Savivaldybes Administracija, 2014.
- Turizmo Plėtros Institutas.: “Lietuvos Turizmo Potencialo Įvertinimo, nustatant Didžiausias Turistinės Traukos Vietoves ir Jų Panaudojimo Prioritetus, Studija”. Vilnius, 2001.
- TÜRSAB: (Çevrimiçi)  
<http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/arastirma-raporlari>.  
23 Nisan 2015.
- UNESCO: “The Effects of Tourism on Socio-cultural Values”. **Annals of Tourism Research**, s. 74-105, 1976.
- UNESCO: “Türkiye'nin Dünya Miras Alanları (Koruma ve Yönetimde Güncel Durum”. Ankara: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Türkiye Milli Komisyonu, 2009.
- UNWTO: Compendium of Tourism Statistics. Madrid: UNWTO. (2002).
- UNWTO: **Tourism Highlights**. 2014 Edition, 2014.
- Urbanowicz, C. F.: “Tourism in Tonga: Troubled Times”. V. L. Smith içinde, **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 83-92, 1977.
- Urry, J.: **The Tourist Gaze**. London and Newbury Park: Sage Publications, 1990.
- Uslu, A., & Kiper, T.: “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”. **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, Sayı: 3, 2006.
- Usta Y., Ö. Başar.: (Çevrimiçi) “Stratejik Yaklaşım”, 2011.  
<http://danismend.com/kategori/altkategori/stratejik-yaklasim/>. 7 Mayıs 2015.
- Vainiene, I.: **Kaimo Turizmo Organizavimas**. Vilnius: Eugrimas, 2001.
- Valstybinis Turizmo “Trumpa Lietuvos Turizmo Apzvalga 2014 m. I Pasm.”,

- Departamentas: 2014.
- Volkman, C.: “Visions and Revisions: Toraja Culture and the Tourist Gaze”. **American Ethnologist** , s. 91-110, 1990.
- VSI Traku Turizmo ir Informacijos Centras.: “Veiklos Ataskaita”. Trakai, 2014.
- VšĮ. Trakų Turizmo Informacijos Centras.: **Trakų Krašto Turizmo Vadovas**. Trakų Turizmo Informacijos Centras, 2014.
- Wall, G., & Mathieson, A.: **Tourism. Change, Impacts and Opportunities**. Essex: Pearson Education Limited, 2006.
- Wall, G., & Xie, F. F.: “Authenticating Ethnic Tourism: Li Dancers’ Perspectives”. **Asia Pacific Journal of Tourism Research** , s. 1-21, 2005.
- Walle, A. H.: “Marketing Equitable Ethnic Cultural Tourism in China”. **International Journal of China Marketing** , s. 57-69, 2011.
- Walpole, W. J., & Goodwin, H. J.: “Local Economic Impacts of dragon Tourism in Indonesia”. **Annals of Tourism Research** , s. 29-44, 2000.
- Weaver, D., & Oppermann, M.: **Tourism Management**. Melbourne: John Wiley & Sons, 2000.
- Weiler B., C. M. Hall.: **Special Interest Tourism**. London: Belhaven Press, 1992.
- Willett, B. M.: “Ethnic tourism and indigenous activism: power and social change in Quetzaltenango, Guatemala”. University of Iowa , doktora tezi, 2007.
- Wood, R. E.: “Ethnic Tourism, the State, and Cultural Change in Southeast Asia”. **Annals of Tourism Research** , s. 353-374, 1984.
- Wood, R. E.: “Tourism and the state: ethnic options and constructions of otherness”. R. E. Michel Picard içinde, **Tourism, ethnicity and the state in Asian and Pasific societies**. Hawai: University of Hawai’i Press, s. 1-35, 1997.
- Wood, R. E.: “Touristik ethnicity: a brief itinerary”. **Ethnic and Racial Studies** , s. 218-241, 1998.
- Yang, J. -J., Ryan, C., & L., -I.: “The Use of Questionnaires in Chinese Tourism Research”. **Annals of Tourism Research** , 2012.

- Yang, J., Ryan, C., & Zhang, L.: “Ethnic Minority Tourism in China-Han perspectives of Tuva Figures in a Landscape”. **Tourism Management** , s. 45-56, 2013.
- Yang, J.-J.: “Functions of Social Conflict in Tourism: Tourism’s Impacts on the Kanas Tuva and Kazakh Settlements Xinjiang, China”. New Zeland: University of Waikato, 2012.
- Yang, L.: “Ethnic Tourism and Minority Identity: Lugu Lake, Yunnan, China”. **Asia Pacific Journal of Tourism Research** , s. 712-730, 2013.
- Yang, L.: “Planning for Ethnic Tourism: Case Studies from Xishuangbanna, Yunnan, China”. Ontario: University of Waterloo PhD thesis, 2007.
- Yang, L., & Wall, G.: “Ethnic tourism: A framework and an application”. **Tourism Management** , s. 559-570, 2009.
- Yang, L., Wall, G., & Smith, S. L.: “Ethnic Tourism Development: Chinese Government Perspectives”. **Annals of Tourism Research** , s. 751-771, 2006.
- Yanık, C.: “Etnisite, kimlik ve milliyetçilik kavramlarının sosyolojik analizi”. **Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi** , s. 225-238, 2013.
- Yoon, J.: “Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders’ Perspectives”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. içinde Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, 2002.
- Yoon, Y., Chen, J., & Gürsoy, D.: “An Investigation of the Relationship Between Tourism Impact and Host Communities”. **Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research** , s. 29-44, 1999.
- Zhang, J. Y., Ryan, C., & Zhang, L.: “Social Conflict in Communities Impacted by Tourism”. **Tourism Management** , s. 82-93, 2013.

## Fotoğraflar

Foto 1: Trakai Yarımadada kalesi



Kaynak: (Altrimenti, 2014).

Foto 2: Karay sokağı Trakai'de



Kaynak: (Traku Istorinis Nacionalinis Parkas).



Foto 3: Karay kenesası Trakai’de



Kaynak: (Kenesa - Karaimu Maldos Namai, 2012).

Foto 4: Litvanya Karayları



Kaynak: (Abkowicz, 2014).

Foto 5: Trakai Kalesinde Karay sergisi



Kaynak: (Cahovskis, 2012).

Foto 6: Karay geleneksel yemeği *Kybynlar*



Kaynak: (Davidson, 2015).

## Ekler

### EK 1. Türk tur operatörleri görüşme soruları

1. Litvanya'ya gelen turist profili (cinsiyet, yaş, evlilik durumu, etniklik) nedir?
2. Sadece Litvanya'yı kapsayan turlarınız var mı yoksa Litvanya turları sadece Baltık turları içinde yer almaktadır?
3. Karay kültürü içeren Litvanya turizmi için en uygun sezon ne zamandır?
4. Litvanya'ya giden turistlerin seyahat amaçları nedir?
5. Turistler Litvanya'da ortalama olarak kaç gece kalmaktadır?
6. Litvanya'da en popüler aktiviteler nelerdir?
7. Türklerin ilgisini en çok çeken hediyelik eşya nedir? Hediyelik eşya konusunda öneriniz var mı?
8. Litvanya'da en popüler destinasyonlar nerelerdir?
9. Trakai şehrindeki en popüler aktiviteler nelerdir?
10. Litvanya'ya gelmeden önce Türk turistlerin Karay etnik grubu hakkında bilgisi nedir?
11. Varsa, ne tür bilgiye sahipler?
12. Rehberleri nereden buluyorsunuz? Litvanya'daki rehberiniz yerel mi, Türkiye'den temin ediyorsunuz?
13. İstanbul Karaköy semtinin isminin Karaylardan geldiğini rehberiniz anlatıyor mu veya turistler önceden biliyor mu?
14. Cumhuriyet döneminin yazarlarından biri Refik Halit Karay'ın Karay Türkü olduğunu rehberiniz anlatıyor mu?
15. Karay Türkleri ile ilgili ne tür etnik çekicilikleri veya ürünleri geliştirilebilir? Neler eksik?
16. Acentalarınıza göre, Türk turistlerin Litvanya'yı seçmelerinde Karay Türklerin kültürü etkisi var mıdır?
17. Etnik turizmin bir turistik ürün olarak Litvanya yönelik tur programlarında Karay Türkleri tur programlarınız da yer alıyor mu? Neden?
18. Karay kültürünü Türkiye'de nasıl pazarlıyorsunuz?

19. Karay Türklerini pazarlamada ne tür zorluklarla karşılaşıyorsunuz?
20. Sizce Karay Türklerini Türkiye’de yaşayan Türklerin öğrenmesi gerekli mi?
21. Karay Türk kültürünü içeren Trakai turları pahallı mı?
22. Karay Türklerine yönelik turların artmasında engeller nelerdir?
23. Karay Türkleri kültürünü içeren turlarına katılanların demografik özellikleri nelerdir?
24. Karay Türklerinin bulunduğu bölgede turizm açısından eksik gördüğünüz arz unsurları nelerdir?
25. Karay Türklerinin turizme bakış açıları nasıldır?
26. Sizce Karay Türklerine yönelik turlar daha fazla geliştirilmeli mi?
27. Karay Türklerine yönelik turların geliştirilmesi için neler yapılmalı?

## Ek 2. Yerel Trakai Turizm Yetkilileri Görüşme Soruları

Trakai'deki turizm gelişiminin süreci hakkında ve Karay etnik kültürü ile ilişkisi;

1. Etnik turizmin gelişiminin faydaları ve olumsuz etkileri ne olabilmektedir?  
(altyapı, istihdam, gelir sağlama, sosyo-kültürel konular, çevre vb.)
2. Trakai turizm endüstrisinde Karay etnik kültürünün rolü ve statüsü nedir?
3. Karay etnik turizm Trakai'de teşvik edilmekte midir? Karay etnik turizmin geliştirmesinde esas zorlukları, potansiyel zayıflıkları nelerdir?
4. Ne tür Karay etnik kültürünün öğeleri Trakai turizmde kullanılmaktadır? Karay kültürü tur operatörleri turlarında yer almakta mıdır?
5. Karay Türkleri turizm ile ilgili işlerde çalışmakta mıdır? Ne kadar?
6. Etnik turizmin gelişiminin Karay topluluğu üzerinde olumsuz etkileri olabilmekte midir?
7. Karay Türklerin turizme bakış açıları nedir?

Turizm planlaması ve yerel halkın katılımı;

8. Turizm planlama stratejiniz var mı? Planlama bütçesi ve fon kaynakları nelerdir?
9. Etnik turizm, turizm planlamasında yer almakta mıdır?
10. Karay etnik kültürünün korunması için fonlar ayırmakta mıdır?
11. Trakai turist profili nedir?
12. Karay etnik grubunun gelecek etnik turizmin kapasitesi ve fırsatları hakkında fikriniz nedir?
13. Turizm planlamasında ve geliştirmesinde Karay etnik topluluğu yer almakta mıdır?
14. Başarılı bir turizm gelişimi için toplumdaki her kesimin turizm karar mekanizmasına tam katılımı gerekli midir?
15. Toplum bireylerinin turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsat yaratılmış mıdır?

16. Turizm sekt6ru her zaman toplumunun değer yargılarını dikkate almakta mıdır?
17. Türkiye'ye yönelik Trakai turizmi pazarlama yapılmakta mıdır? Gelecek planlarında yer almakta mıdır?

### EK 3. Yerel turizm işletmecisi görüşme soruları

1. Ne tür turistik işletmeye sahipsiniz? Ne tür ürünleri/hizmetleri turistlere sunuyorsunuz?
2. Ne zamandır bu iş yapıyorsunuz? İşiniz nasıl gidiyor? Neden bu işe girdiniz?
3. Karay topluluğundan mısınız? Ne zamandır Trakai'de yaşıyorsunuz?
4. Trakai turizm planlamasına hiç katıldınız mı? Hayırsa, katılmak ister misiniz?
5. Toplum bireylerinin turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsat yaratılmış mıdır?
6. Ne tür Karay etnik çekicilikleri ve turistik ürünleri gelecek turizm planlamasında geliştirilebilir?
7. Trakai turizm endüstrisinde etnik Karay kültürünün rolü ve statüsü nedir?
8. Etnik turizmin gelişiminin Karay topluluğu üzerindeki faydalar ve olumsuz etkileri ne olabilmektedir?
9. Türkiye'ye yönelik işinizin pazarlaması yapılmakta mı, gelecek planlarında yer almakta mıdır?
10. Sizce Karay Türklerini Türkiye'de yaşayan Türklerin öğrenmesi gerekli mi?
11. Türk turist grupları işletmenizi ziyaret etmekte midir?
12. Diğer ülkelere göre, Türk turistlerin farklı istekleri var mı?