



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



### Almanya'da Yaşayan İkinci Kuşak Göçmen Türklerin Seyahat Motivasyonlarının ve Anavatana Bağlılıklarının Diaspora Turizmi Kapsamında İncelenmesi: Köln Örneği\*

Kartal Doğukan ÇIKI\*\*<sup>a</sup>, M. Murat KIZANLIKLI<sup>b</sup>

<sup>a</sup> İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, İSTANBUL, Türkiye kdciki@gelisim.edu.tr, 0000-0002-8307-8561

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ANKARA, Türkiye, murat.kizanlikli@hbv.edu.tr, 0000-0002-6953-767X

<sup>b</sup> Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, BIŞKEK, Kırgızistan, muratm.kizanlikli@manas.edu.kg, 0000-0002-6953-767X

#### Öz

Turizmin temelinde insanların yaşadığı yerden uzaklaşarak rahatlaması yer almaktadır. Diaspora turizmi ise insanların daha önceden yaşadıkları yerlere akraba-arkadaş-anavatana özlemi, kimliğini korumak veya köken arayışı gibi nedenlerle seyahat etmesi ile ilgilidir. Diğer turizm çeşitlerine göre farklı olan diaspora turizmi ile ilgili uluslararası alan yazın incelendiğinde araştırmaların giderek arttığı görülmektedir. Bir diğer dikkat çekici nokta ise uluslararası alan yazında diaspora turizminin nesiller boyutuna artan ilgidir. Diaspora turizmi ile ilgili yerli alan yazın incelendiğinde ise araştırmaların kısıtlı olduğu ve konunun nesiller boyutuyla ilgilenilmediği görülmektedir. Araştırmanın amacı Almanya'da yaşayan ikinci kuşak Türk diasporasının anavatana bağlılıkları ile anavatana seyahatleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bununla birlikte Almanya'da yaşayan ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatana seyahat motivasyonlarının belirlenmesi araştırmanın amaçlarındandır. Bu çalışmada, anavatana en az bir kez seyahat etmiş ikinci kuşak göçmen Türklerin, anavatana bağlılıklarının ve seyahat motivasyonlarının belirlenmesine yönelik bir ölçek kullanılmıştır. Kartopu ve amaçlı (kasıtlı) örnekleme yöntemi kullanılarak Köln'de yaşayan 416 katılımcıya anket uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, katılımcıların anavatana bağlılıkları ile anavatana seyahatleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ve anavatana bağlılığın diaspora turizmi motivasyonunu olumlu yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İkinci Kuşak Göçmen Türkler, Diaspora Turizmi, Seyahat Motivasyonu, Anavatana Bağlılık.

#### Investigation of Travel Motivations of Second-Generation Turkish Immigrants Living in Germany and Their Attachment to the Homeland within the Scope of Diaspora Tourism: The Case of Cologne

#### Abstract

The relaxation of people by moving away from where they live lies based on tourism. Diaspora tourism is, as for that, about people traveling to places where they previously lived for reasons such as kinship-friend-homeland longing, maintaining identity or origin seek. When the international literature is reviewed regarding diaspora tourism, which is different from other tourism types, it is seen that the studies are increasing gradually. Another noticeable point is the increasing interest in the generation size of diaspora tourism in international literature. When the local literature on diaspora tourism is reviewed, it is seen that the studies are limited, and the generation dimension of the issue is not addressed. The study aims to determine the relationship between attachment to homeland and homeland travels of the second-generation Turkish diaspora living in Germany. Nevertheless, determining the motivation of second-generation Turkish immigrants living in Germany to their homeland is among the study aims. In this study, a scale was used to determine the attachment and travel motivation of second-generation Turkish immigrants who have traveled to the homeland at least once. Using the snowball and purposeful sampling method, a questionnaire was applied to 416 participants living in Cologne. Results obtained from the study were revealed a significant relationship between participants' attachment to the homeland and their travels to the homeland, and it was revealed that devotion to the homeland positively affects the motivation of diaspora tourism.

**Keywords:** Second-Generation Turkish Immigrant, Diaspora Tourism, Travel Motivation, Attachment to Homeland.

JEL CODE: F22, J61, Z39

#### Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 23.12.2020  
Birinci Düzeltme : 06.02.2021  
İkinci Düzeltme : 11.03.2021  
Kabul : 01.05.2021  
Makale Türü : Araştırma Makalesi

Çıktı, K. D. & Kızanıklı, M. M.. (2021). Almanya'da Yaşayan İkinci Kuşak Göçmen Türklerin Seyahat Motivasyonlarının ve Anavatana Bağlılıklarının Diaspora Turizmi Kapsamında İncelenmesi: Köln Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 8 (1), 115-132.

\* Bu makale "Diaspora Turizmi Kapsamında Göçmen Türklerin Seyahat Motivasyonlarının ve Anavatana Bağlılıklarının İncelenmesi" adlı yüksek lisans tezinin bir kısmından derlenmiştir.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir. Bu çalışmada veri toplama süreci 1 Mayıs-30 Kasım 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup etik kurul kararına ihtiyaç yoktur.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: kdciki@gelisim.edu.tr

## GİRİŞ

İnsanoğlu varoluşundan modern dünyanın oluşumuna kadar gelişen süreçte, dönemsel ve/veya coğrafi şartların ortaya çıkardığı çeşitli nedenlerle hareket halinde olmuş, bireysel veya toplu halde ikamet ettiği yerden başka bir yaşam alanına göç etmiş ve etmeye de devam etmektedir (Akyüz, 2008). Tekerleğin icadından yazının bulunmasına, salgın hastalıkların yayılmasından bu hastalıkların tedavi edilmesine kadar insanlık adına öğrenilen ve deneyimlenen tüm hadiselerde göçün önemli bir payı bulunmaktadır (Yılmaz, 2014). Hala devam etmekte olan göçler, diaspora kavramının ortaya çıkmasına ve zaman içerisinde gelişmesine neden olan en önemli faktörlerden biridir (Arslan, 2017). Yunanca bir terim olan diaspora kavramı, genel olarak vatan topraklarından ayrılan ve başka ülkelere yayılmış, yani vatan dışında bir ülkeye yerleşip orada yaşayan toplulukları tanımlamak için sık kullanılmıştır (Kırbaç, 2012).

Uluslararası alan yazın incelendiğinde birçok ülkenin, (topluluğun nüfusu kaç olursa olsun) diasporasına önem verdiği görülmekle birlikte kimliklerini yitirmelerini sağlamak, anavatan ile diaspora arasında bağ kurulmasını veya var olan bağın korunmasını sağlamak, anavatan seyahatlerine teşvik etmek gibi çeşitli amaçlarla stratejiler düzenlenmektedirler. Özellikle İsrail, Hint, Çin ve İskoç diasporalarına yönelik geliştirilen stratejiler ve sistemli turlar (Morgan, Pritchard & Pride, 2003; Duncan & Leith, 2013) kadar olmasa da Türkiye'nin de bu yönde diasporasına yönelik çalışmaları bulunmaktadır. Modern toplumda özel bir terim haline gelen diaspora topluluklarının anavatan seyahatleri, dünya çapında çok sayıda etkinliğe ve çeşitli festivallere platform oluşturmaya başlamıştır. Evrensel olarak kabul görmüş bir tanımlı olmayan bu tarihi kavramın turistik hareketleri için de aynı durum söz konusudur ve birçok araştırmacı, diasporik toplulukların anavatanına gerçekleştirdiği seyahatleri farklı şekillerde tanımlayıp farklı şekillerde isimlendirmiştir.

Yerli alan yazında Türkiye'nin mevcut diasporasının, anavatanı turistik seyahatlerine yönelik sınırlı sayıda araştırma olması dikkat çekicidir (Arslan Ayazlar, 2016; Kaygalak, Dilek & Günlü, 2015; Tanrısever, 2016; Tören, 2014; Unur, Kanca & Ertaş 2015). Uluslararası alan yazında ilk kuşak göçmenlerin yanı sıra, ikinci ve sonraki kuşak göçmenlerin de turizm hareketleri incelenmiş, ancak yerli alan yazında bu araştırma konularına yeterli ilgi gösterilmemiştir. Birinci kuşak göçmen bireylerin anavatanı özlem duyması ve seyahat etmesi sık rastlanabilir bir durumdur ancak ev sahibi ülkede doğup büyüyen ikinci kuşak göçmen bireyler için her zaman ebeveynleriyle aynı duyguları paylaştıkları ve anavatanı seyahat etmek istedikleri söylenemez (Hu-

ang, Ramshaw & Norman, 2016). Uluslararası literatürde, ikinci kuşak göçmenlerin turistik hareketlerine yönelik araştırmalar bulunsada yerli literatür için aynı durumdan bahsetmek mümkün değildir. Yerli alan yazında başta göç çalışmaları olmak üzere, ikinci kuşak göçmen Türkler ile ilgili çeşitli araştırmalar mevcuttur ancak diaspora turistlerinin nesiller boyutuna odaklanan, anavatanı seyahat motivasyonları ve ebeveynlerinin anavatanına bağlılıklarını ele alan herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmanın amacı, Almanya'da yaşayan ikinci nesil Türk diasporasının, anavatanı seyahat etmesine neden olan motivasyon kaynaklarının belirlenmesi, anavatanı olan bağlılıklarının ve bu diasporaya ait bireylerinin sosyo-demografik özelliklerinin analiz edilmesidir. Araştırmanın bir diğer amacı, konu ile ilgili mevcut alan yazındaki eksiklik ve karmaşıklığı düzeltmek adına katkıda bulunmaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

### Diaspora Kavramı

Diaspora, tarihsel bir soya sahip olan çok eski bir kavramdır (Coles & Timothy, 2004). Yunanca bir terim olan diaspora kavramına etimolojik olarak bakıldığında, Yunanca *dia* (-in üzerine) ve *sperien* (ekmek/tohum saçmak) terimlerinden türemekle birlikte, söz konusu kavram tarihsel açıdan göç hareketleri veya sürgün gibi nedenler sonucunda anavatanlarından olan yurtsuz hale gelmiş insan veya toplulukları tanımlamada kullanılan bir kelimedir (Helmreich, 1992). Yirminci yüzyıl sonlarında sadece Yahudi grupların dağılımını tanımlamak için kullanılan diaspora terimi daha sonrasında Afrika-lılar ve İrlandalıların dağılmasıyla ilgili olarak da yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Cohen, 2008: 1). Sözlük anlamına bakıldığında diaspora kavramı; "*herhangi bir ulusun veya inanç mensuplarının ana yurtları dışında azınlık olarak yaşadıkları yer ya da herhangi bir ulusun yurdundan ayrılmış kolu, kopuntu*" anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu). Diaspora kavramının evrensel bir tanımlı bulunmamaktadır ve bu nedenle tek bir tanımdan bahsetmek mümkün değildir.

Uluslararası Göç Örgütü, diaspora kavramını köken ülkesinden ayrılmış ancak anavatanıyla bağlarını koparmamış, ilişkisini sürdüren bireyleri ifade eden bir kavram olarak tanımlamaktadır (IOM, 2013). Çalışmalarını, anavatanı dışında yaşayan bireyler üzerine yapan ve oldukça geniş bir diaspora tanımlı üzerine çalışan, Bazı araştırmacılar söz konusu terimi ABD'deki Kübalı ve Meksikalılara, Almanya'daki Türklere, İngiltere'deki Pakistanlılara, Fransa'daki Mağripilere, Yunan ve Polonyalı azınlıklara, Filistinli Araplara, Kuzey Amerika'daki siyahilere atfetmişlerdir (Safran, 1991: 83). Özocak

(2015), diasporayı toprağa atılan tohumların farklı noktalara saçılıp yerleşerek, kendi kimliğiyle ürün vermesine benzetmiştir. Dufoix'e (2011) göre ise diaspora, "kendi ülkesinden ya da topraklarından ayrılmış ve başka uluslar arasında dağılmış, ancak kendi ulusal kültürünü koruyan bir ulus ya da ulusun bir parçası" şeklinde kullanılan bir terimdir. Castles & Miller (2008), diasporaların öne çıkan en önemli özelliği olarak, anavatanlarına olan duygusal bağlarının kopmaması ve bu bağı sürdürme çabalarını göstermiş ve bununla birlikte bu duygusal bağın diaspora topluluklarını diğer ulus ötesi topluluklardan ayırdığına dikkat çekmiştir.

Diaspora ile ilgili tanımlama ve sınıflandırma adına yapılan ilk akademik girişimlerden biri, John A. Armstrong tarafından; "*belirli bir devlet içerisinde, bölgesel bir temele sahip olmayan etnik azınlıklardır*" şeklinde yapılmıştır (Ter-Matevosyon, Danielyan, Sisserian & Shorjian, 2017). Ancak diaspora kavramı için kullanılan evrensel bir tanımlama bulunmamakla birlikte, birçok araştırmacı kendi tanımının sınırlarını kendisi çizmiş ve genelde iki farklı şekilde (modern/çağdaş ve klasik/geleneksel diaspora) ortaya çıkmıştır (Başer, 2013). Diaspora kavramının klasik anlamı, sadece travmatik göç deneyimlemiş toplulukları tanımlamak için kullanılmaktadır (Butler, 2001). Kavramın bu haliyle sadece Yahudi ve benzeri birkaç diaspora odaklı olması, 1990'lı yıllarda eksiklik olarak görülmüş ve yaşanan gelişmelerin de etkisiyle diaspora konusuna yönelik yeni yaklaşımları zorunlu kılmıştır (Özocak, 2015). Sınırlı sayıda topluluğa karşılık gelebilen klasik diaspora kavramının modern dünyaya ayak uydurarak farklı şekillerde tanımlanması ile birlikte birçok göçmen grubu diaspora topluluğu olarak tanımlanmaya başlamıştır (Cohen, 1996). Kavramın kabuk değiştirme nedenlerinden bir tanesi; klasik diaspora olarak sınıflandırılan topluluklardan "şartlar oluştuğunda anavatana temelli dönüş" beklentisi hatta gerekliliğidir. Çağdaş/modern diaspora tanımlamalarında ise böyle bir beklenti ve gereklilik bulunmamaktadır (Safran, 1991).

Klasik diaspora kavramının tanımı belirli sayıda diaspora topluluğuna karşılık gelebilirken, modern diasporanın ki ise çok daha fazla topluluğu tanımlayabilir ve herhangi bir diaspora dominant bir şekilde incelenemez. Teknoloji, ulaşım ve iletişim alanlarında meydana gelen gelişmelerle birlikte 20. Yüzyılın sonları ve 21. Yüzyılın başlarında yeni bir diaspora yaklaşımı gelişmeye başlamıştır (Adıgüzel, 2018). Yeni diaspora kavramı, giderek daha fazla kullanılan ve anlam genişlemesine uğrayan bir kavram haline gelmiş, gelişen ve modern bir hale dönüşen modern dünyanın ortaya çıkardığı fırsatlarla birlikte, diaspora topluluklarının anavatana ile ilişkilerinin güçlenmesi ve asimilasyona karşı kimliklerini korumalarına olanak sağlamıştır (Ulusoy, 2015). Bu ortaya çıkan olanaklarla birlikte

klasik diaspora toplulukları için geçerli olan anavatana temelli geri dönüş gerekliliği giderek daha fazla tartışılmaya başlamıştır. Anavatana kalıcı dönüş hayalinden uzaklaşan modern diaspora topluluklarının anavatana ilişkileri koparacağı anlamına gelmemekle birlikte söz konusu olanakların etkisiyle anavatana ile mevcut bağlarının güçlendirecektir (Çakır, 2018). Oluşan olumlu şartlar sonucu diasporik bireylerin anavatana turistik geziler ve turistik amaçlarla geri döndüğü görülmektedir. Bu doğrultuda, klasik diaspora olarak tanımlanan toplulukların dahi etkilendiği görülen modern dünyada, anavatana olarak görülen ülke veya bölgeleri çeşitli sebeplerle ziyaret eden önemli sayıda turistlerin ortaya çıkmasına da yol açmıştır (Timothy & Teye, 2004).

### Diaspora Turizmi

Göç eden birçok birey geçmişi, geride bıraktığı toplumu ve hatta çocukluğunda yaşadığı çevreyi hatırlar ve tüm bunlara özlem duyarlar. Seyahat etme isteği, insanın doğasında olsa da 20. yüzyıldan önce göç eden diaspora topluluklarının bu özlemi gidermek adına anavatana geri dönüşleri, zaman (uzun yolculuklar) ve maliyet nedenleriyle zor olduğu için nadir gerçekleşmiştir ancak 20. yüzyıl sonrası hava taşımacılığındaki gelişmeler, bireylerin evlerine gidebilmeleri için çok daha fazla olanak tanımıştır (Sim & Leith, 2013). Ulaşım, telekomünikasyon ve internetin gelişimi ile birlikte anavatana ile iletişim kurma, ziyaret etme ve irtibatla kalma olanakları artmış ve bu da bazı araştırmacılara göre geri dönüş ihtiyacını karşılamış (Li, 2019), bazı araştırmacılara göre ise anavatana olan özlemi körüklemiştir (Huang, Haller & Ramshaw, 2013). Bu gelişmelerin, diaspora topluluklarının geri dönüş ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamayacağı ayrı bir araştırma konusudur ancak, uluslararası turizmin gittikçe daha kolay ulaşılabilir ve uygun maliyetli bir hal alması, diasporik topluluklara anavatanlarını ziyaret etme noktasında birçok fırsat sunmaktadır (Kasinitz, Mollenkopf, Waters & Holdaway, 2008).

Diaspora turistlerinin genel olarak akrabalarında veya memleketlerindeki küçük konaklama işletmelerinde kalıp diğer ihtiyaçlarını (yeme-içme, alışveriş vb.) da benzer şekilde giderdiğini öne süren Newland & Taylor (2010), yabancı turistler kadar para harcamayan ancak doğrudan yerel işletmelere katkı sağlayan bu turistlerin bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını vurgulamaktadır. Ancak bu durum bir diaspora topluluğundan diğerine, bir bireyden diğerine farklılık gösterebilir. Yani bir diaspora turisti turlara katılıp anavatanının turistik bölgelerini gezip çeşitli bölgelerde harcama yaparken, memleketine gidip vaktini orada geçirip orada harcama yapabilir ve hatta ikisini de aynı süreçte gerçekleştirebilir. Bu doğrultuda diaspora turistlerinin anavatanına ekonomik fayda sağlayacağı açıktır.



Diaspora kavramında olduğu gibi diaspora turizmi kavramı için de tek bir tanım kabul görmemektedir. Bununla birlikte diaspora turizmi ile ilgili tanımlamalardan genel olarak “köklerini araştırmak ve onlara bağlı hissetmek, arkadaş ve akrabalarını görmek gibi çeşitli nedenlerle yurda dönüş” anlamı çıkarılabilmektedir (Huang ve ark., 2016). Weaver, Kwek & Wang’a (2017) göre diaspora turizmi sınırları aşan, kültürel turist deneyimlerinin ve göçmen-anavatan etkileşiminin gerçekleşmesini mümkün kılan ve bu fenomenlerin gerçekleştiği anların kavranabilmesi için platform sunan bir turizm çeşididir.

Diaspora topluluklarının anavatan seyahatlerine yönelik, başta diaspora turizmi olmak üzere birçok başlık altında incelenmiş, bazı turizm türleri ile yakından ilişkilendirilmiştir (Kaygalak ve ark., 2015: 439). Bu ilişkilendirmelere: “etnik turizm (King, 1994)”, “ata topraklarına ziyaret turizmi (Stephenson, 2002)”, “kişisel miras turizmi (Timothy, 1997)”, “miras turizmi (Jones, 2014)”, “kök turizmi (Basu, 2004)”, “arkadaş ve akraba ziyareti turizmi (Backer, 2012)”, “anavatan turizmi (Kelner, 2013)”, “homesick-anavatan hasret turizmi (Marschall, 2014)”, “diaspora turizmi (Huang, Hung & Chen, 2018; Huang ve ark., 2013; Iorio & Corsale, 2012; Li & McKercher, 2016; Mortley, 2011; Nurse, 2011; Scheyvens, 2007)” örnek olarak verilebilir.

Bunlar arasında diaspora turizmi ile en sık karıştırılan ve iç içe geçtiği dahi görülen ‘arkadaş ve akraba ziyareti’ turizmidir ki bu başlık altında, arkadaş ve akrabaları ziyaret etmek amacıyla seyahat eden bireylere odaklanılmaktadır (Mortley, 2011). Arkadaş ve akrabaları ziyaret turizmi ile ilgili araştırmaları inceleyen Duval (2003), bu terimin anavatanına turistik ziyaretlerde bulunan diasporik toplulukların durumunu açıklamada yetersiz olduğunu ileri sürmüş ve arkadaş ve akraba ziyaretinin bir turizm türünden çok ziyaretçi sınıflandırılması olarak görülebileceğini vurgulamıştır. Hac turizmi (Schramm, 2004) kapsamında dahi araştırılan anavatan ziyaretleri, bahsi geçen bu turizm biçimleriyle kesiştiği ve bu nedenle farklı motivasyonların anavatan seyahatlerinde rol oynayabileceği görülmektedir.

Newland & Taylor (2010), diaspora turizminin uluslararası turizm ile iç turizm arasında bir yere sahip olduğunu öne sürmektedir. Bazı araştırmacılar tarafından diğer birçok turizm çeşidine kıyasla daha az mevsimsel olduğu vurgulanan (Newland & Taylor, 2010; Pelliccia, 2016) diaspora turizmi, aynı zamanda diğer turizm çeşitlerine göre daha farklı özellikler taşımaktadır. Birçok insan evinden uzakta bulunan farklı yerlere, farklı bir şeyler deneyimlemek amacıyla seyahat ederken, diaspora turistleri ise geçmişini hatırlamak amacıyla anavatanına, eskiden yaşadığı yere, ve anılarına seyahat etmektedirler (Huang ve ark., 2016). Basu’ya

(2004) göre gerçekleşen eve dönüş yolculukları, diğer turistik faaliyetlere göre daha anlamlı olmasıyla birlikte, keyfi amaçlı gerçekleştirilen çeşitli aktivitelerden kendini ayıran, neredeyse manevi hareketlerdir. Bu yolculuklar, anavatan ile yeniden bağ kurma veya söz konusu bağ sağlamlaştırma adına önem taşımakla birlikte önemli bir ekonomik değere de sahiptir (Sim & Leith, 2013).

Diaspora turizminin, aile ve akraba ziyareti turizmi (AAZ), köken turizmi ve hac turizmi gibi bazı turizm çeşitleriyle kesişmesi, motivasyon bağlamında farklı boyutlar ortaya çıkarabilir (Huang ve ark., 2018). Diasporik toplulukların anavatanına geri dönüş nedenleriyle ilgili çalışmalar yapan Li & McKercher (2016), beş çeşit güdü (eğlence, arayış içinde olma, anavatanla bağlantıyı kaybetmeme isteği, köklerini arama ve zorunluluk) tespit etmiştir. Ancak diasporalar çok katmanlı topluluklardır ve her diaspora topluluğu amaç, çıkar veya motivasyon açısından farklılık gösterebilmektedir. Bu araştırmada ise anavatanına seyahat eden ikinci kuşak Türk göçmenlerin, anavatanına seyahat etmesinin altında yatan motivasyonlardan ‘Türk kültürü’ ve ‘aile mirası’ ele alınmıştır.

Bununla birlikte diaspora turistlerinin ziyaretleri anavatan ile sınırlı değildir. Kang & Page (2000), Yeni Zelanda’da yaşayan Güney Korelilerin iki çeşit seyahat tipi bulunduğunu ortaya çıkarmıştır. Yaptıkları araştırmada göçmen Korelilerin %61’i anavatanına seyahat etmeyi tercih ederken, geri kalan Güney Kore diasporası ise Koreliler arasında popüler olan destinasyonları tercih ettiğini ortaya koymuşlardır. Coles ve arkadaşlarına göre diaspora ve göç, bireylerde olası beş seyahat tipine yol açabilmektedir. Birincisi, göçmenler anavatanına seyahat edebilirler. İkincisi, akrabalarını mevcut ikamet yerlerinde ziyaret edebilirler. Üçüncüsü, kendi anavatanları haricindeki herhangi bir yere gidebilirler. Dördüncüsü, Elis Adası örneğinde olduğu gibi göç sürecinde yer alan geçiş yerleri, göçmenlerin seyahat edebileceği yerlerdendir. Beşinci olarak, diaspora toplulukları ortak etnik kökenden gelen bireylerle karşılaşabilecekleri tatil yerleri geliştirebilmektedirler (Coles, Duval & Hall, 2005).

İlk kuşak diaspora toplulukları ev sahibi toplumların yaşamlarına, kültürlerine alışmakta zorluk çekebilirler ve bunun sonucunda anavatanına özlem duymaları olasıdır (Bhatia, 2002). Zorluğu gören birinci kuşak göçmenlerdir. İkinci kuşak göçmenler görece daha rahat koşullara gözlerini açar ve ikinci kuşak bireylere anavatanın neresi olduğu anlatılmazsa asimile olmaları kaçınılmazdır yani ikinci kuşak göçmen bireyler için durum çok farklıdır. Peki kimdir bu birinci, ikinci, üçüncü kuşak göçmen bireyler?

İlk nesil göçmenler, yeni bir ülkeye taşınan yabancısı uyruklu bireyleri ifade etmektedir (Rumbaut, 2002). İkinci nesil göçmenler ise bir ya da iki yabancı

doğumlu anne babası olan, ev sahibi ülke doğumlu bireyledir. Üçüncü nesil göçmenlerin büyükbabası veya büyükannesi, yabancı ülke doğumlu olan bireyledir (Tie, Holden & Park, 2015). 18 yaşından önce genellikle ebeveynleriyle yeni bir ülkeye göç eden bireyler ise yaş aralığına göre 1.75, 1.50 ve 1.25 kuşağı olarak adlandırılmaktadır. 1.75 kuşağı 0-5 yaş aralığındaki bireyler tanımlar ve bu bireyler anavatanyla ilgili neredeyse hiçbir şey hatırlamazlar, ana dilini öğrenemezler. 1.50 kuşağı, 6 ve 12 yaş tanımlarken, 1.25 kuşağı ise 13 ve 17 yaşında olan göçmen bireyleri tanımlamaktadır (Rumbaut, 2004). 18 yaşından önce göç eden bu bireyler ikinci nesil bireyler gibi davranmaya eğilimlidirler (Huang ve ark., 2018).

Diaspora kavramı, sürekli değişim eğilimi içerisinde olan bir fenomendir ve diaspora turistleri diğer turizm pazarı tüketicileri gibi homojen bir yapıya sahip bir grup değildir (Mortley, 2011). Bu doğrultuda daha önce herhangi bir diaspora topluluğuna yönelik yapılan bir araştırmayı, başka bir diaspora topluluğuna genellemek tutarsız olacaktır. Kanada'da diaspora olmakla Fransa'da veya Almanya'da diaspora olmak arasında çeşitli farklar vardır (Başer, 2013). Bununla birlikte yapılan araştırmalar, destinasyonların diaspora turizmi açısından pazar fırsatlarından yararlanma kapasitesinin tam olarak karşılayamadığını göstermektedir (Li, 2019).

### Araştırma Hipotezlerinin Geliştirilmesi

Birinci kuşak göçmen bireylerin anavatana seyahat etmesi için gereken en önemli motivasyon özlem duygusudur. Özlem duygusu ağır basmaya başladığı andan itibaren seyahat etme motivasyonu da doğru orantılı olarak artar ve şartlar el verdiği gibi anavatana ziyaret ederler. Ancak ikinci kuşak göçmen bireyler için aynı durumdan bahsetmek mümkün değildir. Ebeveynlerinden farklı bir topluma doğan ikinci kuşak göçmen bireyler için anavatana seyahatlerinde merak duygusu daha ağır basmaktadır ancak tek başına yeterli değildir. Merak duygusunun seyahate dönüşmesini sağlayacak çeşitli etkenler bulunmaktadır. Bu etkenlere: 'ikinci kuşak bireylerin ebeveynleri anavatandan ve ordaki çevreden bahseder mi?', 'anavatana bireysel veya aile ile birlikte hiç seyahat edildi mi?', 'hanehalkının aylık geliri bu seyahatler için yeterli mi?', gibi sorular örnek olarak gösterilebilir ve çoğaltılabilir.

Çeşitli ülkelerde yaşayan ikinci ve sonraki kuşak göçmen bireyler dil engelleri ve kültürel farklılıklar gibi bireysel ve toplumsal nedenlerden dolayı kendini anavatana karşı yabancı hissedebilir. Bu durum göçmen bireylerin anavatana seyahat motivasyonlarını da olumsuz etkilemektedir. Çin diasporasına özel olarak düzenlenen, Çine ait yerel oyunları da içeren çeşitli kültürel etkinlikler ikinci ve sonraki kuşakların ilgisini çekmektedir. Bununla birlikte bu etkinlikler onları

anavatana seyahat etmeye motive edebilir ve anavatana ile bağlarını güçlendirebilir (Huang & Chen, 2020).

Endonezya, Portekiz ve Avustralya'da yaşayan Doğu Timör diasporasının seyahat hareketlerine odaklanan Vong, Pinto & Silva (2017), Portekiz ve Avustralya'dan gelen diaspora turistlerinin seyahat masraflarını karşılayabilecek durumda olması ve uzak mesafeler nedeniyle her zaman seyahat edemedikleri için anavatana daha çok yer deneyimleme noktasında motivasyonlarının çok yüksek olduğunu tespit etmiştir. Bu noktadan hareketle diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarının aylık gelirlerine göre farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Huang ve arkadaşları ise (2018) yaptığı araştırmada ikinci kuşak göçmenlerin, birinci kuşak göçmen bireylere göre anavatana bağlılıklarının daha zayıf olduğunu tespit etmiştir. Dolayısıyla, diaspora turistleri yaş gruplarına göre anavatana seyahat motivasyonları farklılık gösterebilir. Bununla birlikte göçmen bireylerin anavatana seyahat motivasyonları yaş ve gelir dışındaki diğer bireysel özelliklere göre farklılık gösterebileceği varsayımından hareketle, aşağıda yer alan hipotez ve alt boyutları geliştirilmiştir:

H<sub>1</sub>: İkinci kuşak göçmen Türklerin diaspora turizmine katılım motivasyonları bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>1a</sub>: İkinci kuşak göçmen Türklerin Türk kültür motivasyonları bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>1b</sub>: İkinci kuşak göçmen Türklerin aile miras motivasyonları bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

İlk kuşak göçmen bireylere göre ikinci kuşak göçmen bireylerin anavatana bağlılıkları daha zayıf olabilir (Maruyama & Stronza, 2010). Aynı durum ikinci kuşak göçmen bireylerin anavatana seyahat motivasyonları için de geçerlidir (Huang ve ark., 2016). Huang ve arkadaşları (2013), Amerika'da yaşayan ikinci kuşak göçmenlerin hem Amerika'yı hem de ata topraklarını anavatana gibi benimsediklerini saptamış ve ek olarak anavatana seyahat sıklığı arttıkça anavatana bağlılığının arttığını ortaya çıkarmıştır. Huang ve arkadaşları (2018) ikinci kuşak Çin diasporasının anavatana seyahat ettikçe anavatana bağlılıklarının arttığını, bağlılıkları arttıkça da seyahat motivasyonlarının olumlu yönde etkilendiğini tespit etmiştir.

Iorio & Corsale (2012) yaptığı araştırmada, Almanya'da doğmuş olan ikinci kuşak Romanyalıların kökeniyle ilgilenmediğini, kendi dilini konuşmadığını ve anavatana herhangi bir bağlılık hissetmediklerini ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte Iorio & Corsale (2012), ikinci kuşak Romanya diasporasının anavatana seyahat

hat etme noktasında herhangi bir motivasyona sahip olmadıklarını tespit etmiştir. Hughes & Allen'in (2008) yaptığı araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmış, ikinci kuşak Romanyalı göçmenler gibi İngiltere'de yaşayan ikinci ve üçüncü kuşak İrlandalı göçmenlerin de anavatana seyahat etme noktasında hiçbir motivasyonunun bulunmadığı ve kültürünü keşfetmenin veya anavatanla herhangi bir ilişki kurmanın kendileri için anlam ifade etmediği tespit edilmiştir. Bu bulgulardan yola çıkarak ikinci kuşak diasporik bireylerin anavatana bağlılıklarının diaspora turizmi motivasyonları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu verilere dayanarak hazırlanan araştırma hipotezi ve alt hipotezleri aşağıda verilmiştir:

H<sub>2</sub>: İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıkları, diaspora turizmi motivasyonunu etkilemektedir.

H<sub>2a</sub>: İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıkları, Türk kültürünü etkilemektedir.

H<sub>2b</sub>: İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıkları, aile mirasını etkilemektedir.

## YÖNTEM

### Evren ve Örneklem

Türk diasporasının anavatana yönelik turistik faaliyetlerinin değerlendirilmesi açısından en uygun hedef ülke olarak Almanya görülmüştür. Bu ülkenin hedef olarak alınmasındaki en önemli sebep, yurtdışında yaşayan Türklerin önemli bir kısmının bu ülkede yaşıyor olmasıdır. Yurt dışında yaşayan Türkler ile ilgili, Türkiye'de faaliyet gösteren resmi kurum ve kuruluşlardan net ve güncel istatistiksel veri elde etmek pek mümkün olmasa da yabancı kaynaklardan istatistiksel bilgi elde etmek mümkündür.

Almanya İstatistik Kurumu verilerine göre, Almanya'da yaklaşık bir buçuk milyon Türk yaşamaktadır (Almanya Federal İstatistik Kurumu, 2019). Araştırmanın evreni olarak ise yaklaşık 57.000 nüfus ile (Express Gazetesi, 2019) Türklerin en yoğun olarak yaşadığı şehirlerden biri olan Köln seçilmiştir. Araştırma evreninin büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda '381' örneklem sayısına ulaşmak araştırma için yeterli olmaktadır (Krejcie & Morgan, 1970).

Olasılıklı olmayan örneklem yöntemlerinden biri olan "kartopu ve amaçlı (kasıtlı) örnekleme yöntemi" araştırma için en uygun örneklem seçim yöntemi olarak görülmüştür. Bu örnekleme aracı, evreni oluşturan her bir bireye ulaşmada yaşanan zorlukları aşmak amacıyla kullanılmaktadır (Ural & Kılıç, 2018: 40). Bu örnekleme yöntemini kullanırken ilk amaç evrene ulaşmaktır ve bu amaç doğrultusunda evren içerisinde bir bireyle

iletişime geçilir ve bu bireyin yardımıyla ikinci bireye, o bireyin de yardımıyla üçüncü bireye ulaşılır. Sonucunda bir tepeden aşağıya doğru yuvarlanan kartopunun ilerledikçe büyümesine benzer şekilde genişleyen bir örneklem büyüklüğü elde edilir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004).

### Veri Toplama Aracı

Araştırmada verilerin toplanması amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu üç bölüme ayrılmıştır. Anketin birinci bölümünde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruların yanı sıra katılımcıların Türkiye'ye kiminle birlikte ve ne vasıtasıyla geldiği, nerede konakladığı, Türkiye'deki konaklama süreleri, daha önce kaç kez ziyaret ettikleri, aileden ilk kimin göç ettiği ve tekrar gelip gelmeyeceklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

İkinci bölümde Almanya'dan Türkiye'ye ziyarete gelen Türklerin anavatana olan bağlılıklarını ölçmek amacıyla, 4 boyut (mekânsal kimlik, mekânsal bağlılık, duygusal bağlılık ve sosyal bağlılık) ve 19 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise Almanya'dan Türkiye'ye gelen Türk turistlerin diaspora turizmine yönelik seyahat motivasyonlarına etki eden iki boyut (Türk kültürü ve aile mirası) ve 12 maddenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Huang ve arkadaşları (2018) tarafından geliştirilen bu iki ölçek Türkçeye uyarlanarak 5'li likert türünde derecelendirilmiştir. Diaspora topluluklarına yönelik yapılan alan araştırmalarının bazılarında ikinci ve sonraki kuşak göçmenlerin dil problemi yaşamasından dolayı uygulama soruları iki dilde hazırlanmıştır. Ancak ikinci ve sonraki kuşak göçmen Türkleri hedef alan bu çalışmada böyle bir talep gelmemiş ve anketlerin tamamı Türkçe doldurulmuştur.

Anketlerin toplanması, araştırmacının ilgili ülkede bağlantıya geçtiği kartopu örneklemindeki kişilere telefon ve e-posta aracılığıyla ulaşılarak sağlanmıştır. Anket formu Nisan 2019-Ekim 2019 tarihleri arasında katılımcılara uygulanmıştır. Elde edilen 442 anketin 26 tanesi, eksik veya hatalı doldurulması, dolduran kişilerin örneklem için hedeflenen şehir dışında yaşıyor olması, kuşak farkı gibi sebeplerle araştırmadan çıkarılmış, geriye kalan 416 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir. Bu çalışmada veri toplama süreci 1 Mayıs-30 Kasım 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup etik kurul kararına ihtiyaç yoktur.

### Verilerin Analizi

Araştırmanın anketlerinden elde edilen yanıtlar SPSS 24.0 (*Statistical Packages for The Social Sciences*)



programı kullanılarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Daha sonra ise araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen Türklerin bireysel özellikleri ve seyahat tercih özellikleriyle ilgili ifadeler verilen yanıtlar doğrultusunda yüzde ve frekans dağılımı, standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri hesaplanmış ve tablo haline getirilerek yorumlanmıştır.

Araştırmaya katılan bireylerin anavatana bağlılıkları ve seyahat motivasyonları ile bireysel özelliklerine göre karşılaştırılmasında kullanılacak veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik testlerden olan ve iki gruba karşılaştırmada kullanılan 't testi' ile ikiden fazla gruba karşılaştırmada kullanılan 'Anova testi' kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan iki ölçeğin toplamda altı alt boyutu bulunmaktadır ve bu boyutlar arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analizi kat sayısı ile test edilmiştir ve çok değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmada kullanılan t testi ve Anova testi için anlamlılık  $p < 0,05$ , korelasyon ve regresyon analizlerinde ise  $p < 0,01$  olarak kabul edilmiştir.

Araştırmada, faktör ve güvenilirlik analizlerinden de yararlanılmıştır. Faktör analizi ile verilerin birbirine uygunluğunu test etmek amacıyla, faktör analizi uygulamadan önce araştırmada kullanılan ölçeklere *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi (*Bartlett's Test*) uygulanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda "anavatana bağlılık" ölçeği 0.963, seyahat motivasyonu ölçeği ise 0.862 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen KMO verileri doğrultusunda anavatana bağlılık ölçeğinin faktör analizi yapabilmek için mükemmel, seyahat motivasyonunun ise çok iyi seviyede olduğu ifade edilebilir (Aksu, Eser & Güzeller, 2017). Bu araştırmanın örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlamına gelmektedir. Bartlett testi sonucu ise " $p=0.001$ " seviyesinde anlamlıdır (Katrancı & Temel, 2018).

"Anavatana bağlılık" ölçeğinin faktör analizi için orijinal halindeki 19 ifade eklenerek faktör yükleri belirlenmiştir. Sonuca göre, dört faktörlü yapı ortaya çıkmıştır. Maddelerin döndürülmüş bileşenler matrisi tablosuna göre binişiklik ve faktör yük değerleri kontrol edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda "Türkiye'ye olan bağım oldukça zayıftır" ifadesinin ve "Çevremdeki insanlarla Türkiye hakkında pek fazla konuşmuyorum" ifadelerinin faktör yükleri düşük ve eksi yönde olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda iki ifade analizden çıkartılarak kalan ifadelerle anavatana bağlılık ölçeğinin faktör analizi tekrar yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda, ilk dört ifade "mekânsal bağlılık", 5-8-9 ve 10. ifadeler "mekânsal kimlik", 6-16-17 ve 18. ifadeler "sosyal bağlılık", 7-11-12-13-15. ifadeler ise "duygusal bağlılık" olmak üzere dört faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Varyans açıklama oranı ise %70'tir.

Bununla birlikte, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği *Cronbach Alpha* güvenilirlik katsayısı ile incelenmiştir. Yeterlilik değeri en az 0,70 olması beklenir (Katrancı & Temel, 2018: 1548). Yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarına göre, ikinci kuşak göçmen Türklerle uygulanan anavatana bağlılık ölçeğinin genel güvenilirlik katsayısı 0,94, anavatana yönelik seyahat motivasyonu ölçeğinin genel güvenilirlik katsayısı ise 0,81 oldukça güvenilir ölçekler olduğu ifade edilebilir (Ural & Kılıç, 2018).

## BULGULAR

Bu bölümde araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen Türklerin demografik ve seyahat tercih özelliklerine, kullanılan ölçeklere ilişkin yüzde ve frekans dağılımlarına, hipotezlerin test edilmesine yönelik t testi, Anova testi, Tukey testi, Korelasyon ve Regresyon analizi bulgularına yer verilmiştir. Araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen Türklerin cinsiyet, yaş, meslek, medeni ve eğitim durumları, aylık gelir ve doğum yerlerine ilişkin demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir:

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Yüzde ve Frekans Dağılımları

Bireysel Özellik	f	%	Bireysel Özellik	f	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Hâl</b>		
<i>Erkek</i>	243	58,4	<i>Bekâr</i>	234	56,3
<i>Kadın</i>	173	41,6	<i>Evli</i>	182	43,7
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Eğitim Düzeyi</b>			<b>Aylık Gelir</b>		
<i>İlköğretim</i>	10	2,4	<i>1000 Euro ve altı</i>	68	16,3
<i>Lise</i>	135	32,5	<i>1001-2000 arası</i>	173	41,6
<i>Ön lisans</i>	115	27,6	<i>2001-3000</i>	122	29,3
<i>Lisans</i>	139	33,4	<i>3001-4000</i>	31	7,5
<i>Lisansüstü</i>	17	4,1	<i>4001 ve üzeri</i>	22	5,3
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Doğum Yeri</b>			<b>Yaş Grubu</b>		
<i>Köln</i>	267	64,2	<i>17-20</i>	37	8,9
<i>Diğer</i>	149	35,8	<i>21-25</i>	148	35,6
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>	<i>26-32</i>	152	36,5
<b>Çocuk Sayısı</b>			<i>33-39</i>	61	14,7
<i>Yok</i>	261	62,7	<i>40-46</i>	11	2,6
<i>1</i>	75	18	<i>47-53</i>	5	1,2
<i>2</i>	60	14,4	<i>54 ve üzeri</i>	2	0,5
<i>3 ve üzeri</i>	20	4,8			
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen bireylerin, %58,4'ünü erkekler oluştururken geriye kalan %41,6'lık kısım kadınlardan oluşmaktadır. İkinci kuşak Türk göçmenlerin yaşları incelendiğinde %36,5'lik oranla en kalabalık grubun 26-32 yaş aralığı olduğu görülmektedir. Bu oranı %35,6'lık oranla 21-25 yaş aralığı katılımcılar takip etmektedir. Eğitim durumlarına göre, katılımcıların % 33,4'lük kısmı lisans mezunu iken, %32,5'lük kısım ise lise mezunudur. Anketi yanıtlayan Türk göçmenlerin medeni durumu göz önünde bulundurulduğunda, %56,3'lük kısmının bekâr, %43,7'lik

**Tablo 2.** Katılımcıların Anavatan Seyahatlerine İlişkin Yüzde ve Frekans Dağılımları

Katılımcıların Ziyaret Özellikleri	f	%
<b>Ziyaret Sayısı</b>		
Sadece 1 kez	9	2,2
2-3 kez	49	11,8
4-6	124	29,8
7-10	112	26,9
11 ve üzeri	122	29,3
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Seyahate Eşlik Eden</b>		
Aile	318	76,4
Arkadaş	35	8,4
Yalnız	63	15,1
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Konaklama Süresi</b>		
1 haftadan az	55	13,2
1 hafta	149	35,8
1 haftadan çok	212	51
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Konaklama Yeri</b>		
Akraba yanında	223	53,6
Otel	108	25,9
Kendi evimizde	73	17,5
Kiralık ev/yazlık	11	2,6
Arkadaş yanında	1	0,2
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Ulaşım Türü</b>		
Karayolu	107	25,7
Havayolu	309	74,3
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>
<b>Tekrar Ziyaret Etme Niyeti</b>		
Evet	388	93,3
Hayır	28	6,7
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>

kısımının ise evli olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan Türklerin %62,7'lik oranla büyük çoğunluğu çocuk sahibi değildir. Katılımcıların tamamı Köln'de yaşayan ikinci kuşak göçmen Türklerden oluşmaktadır. Söz konusu bireylerin %64,2'si Köln doğumlu iken kalan kısım ise Almanyadaki çeşitli şehirlerde veya Türkiye'de doğmuştur.

Araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen Türklerin ziyaret sayısı, seyahate kiminle çıktığı, konaklama süresi ve yeri, tercih edilen ulaşım türü ve tekrar ziyaret etme niyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 2'de verilmiştir. Katılımcıların %29,8'i daha önce anavatanına 4-6 kez,

**Tablo 3.** Araştırmaya Katılanların Bireysel Özellikleri ile Türk Kültürü Motivasyonları Arasındaki Farklılığa İlişkin t-testi, Anova testi ve Tukey testi Sonuçları

	Bireysel Özellikler	n	X	s.s.	F/t	p	Tukey HSD																																																																																																																								
Cinsiyet	Kadın	173	3,93	0,60	5,525	0,063	-																																																																																																																								
	Erkek	243	3,81	0,67				Yaş	17-20	37	3,61	0,79	1,403	0,212	-	21-25	148	3,87	0,64	26-32	152	3,88	0,64	33-39	61	3,92	0,59	40-46	11	3,81	0,38	47-53	5	4,07	0,48	54 yaş ve üzeri	2	3,31	0,97	Eğitim Düzeyi	İlköğretim	10	3,56	0,66	4,648	0,001*	b-a	Lise <sup>a</sup>	135	3,72	0,68	Önlisans	115	3,82	0,67	Medeni Hal	Lisans <sup>b</sup>	139	4,01	0,55	-1,029	0,304		Lisansüstü	17	4,09	0,60	Bekâr	234	3,83	0,71	Çocuk Sayısı	Evli	182	3,89	0,55	0,170	0,917	-	Henüz yok	261	3,86	0,69	1	75	3,85	0,59	Doğum Yeri	2	60	3,90	0,54	1,132	0,258	-	3 ve üzeri	20	3,78	0,53	Köln	267	3,88	0,62	Aylık Gelir	Diğer	149	3,81	0,68	1,509	0,199	-	1000 Euro ve altı	68	3,81	0,68	1001-2000	173	3,78	0,66	2001-3000	122	3,95	0,63	3001-4000	31	3,95	0,53
Yaş	17-20	37	3,61	0,79	1,403	0,212	-																																																																																																																								
	21-25	148	3,87	0,64																																																																																																																											
	26-32	152	3,88	0,64																																																																																																																											
	33-39	61	3,92	0,59																																																																																																																											
	40-46	11	3,81	0,38																																																																																																																											
	47-53	5	4,07	0,48																																																																																																																											
54 yaş ve üzeri	2	3,31	0,97																																																																																																																												
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	10	3,56	0,66	4,648	0,001*	b-a																																																																																																																								
	Lise <sup>a</sup>	135	3,72	0,68																																																																																																																											
	Önlisans	115	3,82	0,67																																																																																																																											
Medeni Hal	Lisans <sup>b</sup>	139	4,01	0,55	-1,029	0,304																																																																																																																									
	Lisansüstü	17	4,09	0,60																																																																																																																											
	Bekâr	234	3,83	0,71																																																																																																																											
Çocuk Sayısı	Evli	182	3,89	0,55	0,170	0,917	-																																																																																																																								
	Henüz yok	261	3,86	0,69																																																																																																																											
	1	75	3,85	0,59																																																																																																																											
Doğum Yeri	2	60	3,90	0,54	1,132	0,258	-																																																																																																																								
	3 ve üzeri	20	3,78	0,53																																																																																																																											
	Köln	267	3,88	0,62																																																																																																																											
Aylık Gelir	Diğer	149	3,81	0,68	1,509	0,199	-																																																																																																																								
	1000 Euro ve altı	68	3,81	0,68																																																																																																																											
	1001-2000	173	3,78	0,66																																																																																																																											
	2001-3000	122	3,95	0,63																																																																																																																											
	3001-4000	31	3,95	0,53																																																																																																																											
4001 ve üzeri	22	3,91	0,63																																																																																																																												

\*p<0,05



%29,3'ü 11 ve üzeri, %26,9'u ise 7-10 kez seyahat etmiştir. Katılımcılar anavatana ziyaretlerine en çok ailesiyle (%76,4) çıkmaktadır. Bununla birlikte araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen Türklerin %51'i, Türkiye'ye seyahat ettiklerinde anavatanlarında bir haftanın üzerinde konaklamaktadır. Katılımcıların konaklama tercihleri ise %53,6 oranla 'akraba yanı' olarak dikkat çekmektedir. Katılımcıların %74,3'ü anavatana havayolu ile seyahat etmektedir. Araştırmaya katılan ikinci kuşak göçmen Türklerin %93,3'lük önemli bir kısmı anavatanına tekrar seyahat etmek istediklerini belirtmiştir.

Araştırmaya katılanların bireysel özellikleri ile anavatana seyahat motivasyonunun alt boyutu olan "Türk kültürü" motivasyonuna ilişkin algılarının söz konusu

**Tablo 4.** Araştırmaya Katılanların Bireysel Özellikleri ile Aile Miras Motivasyonları Arasındaki Farklılığa İlişkin t-testi, Anova testi ve Tukey testi Sonuçları

	Bireysel Özellikler	n	X	s.s.	F/t	p	Tukey HSD																																																																																																																									
Cinsiyet	Kadın	173	3,54	0,66	2,721	0,007	-																																																																																																																									
	Erkek	243	3,35	0,75				Yaş	17-20	37	3,54	0,61	1,320	0,247	-	21-25	148	3,45	0,72	26-32	152	3,39	0,72	33-39	61	3,35	0,76	40-46	11	3,54	0,67	47-53	5	4,10	0,72	54 yaş ve üzeri	2	2,87	1,59	Eğitim Düzeyi	İlköğretim	10	3,87	0,71	1,482	0,207	-	Lise <sup>a</sup>	135	3,46	0,62	Önlisans	115	3,43	0,69	Lisans <sup>b</sup>	139	3,39	0,80	Medeni Hal	Lisansüstü	17	3,22	0,90	-0,345	0,731	-	Bekâr	234	3,42	0,74	Evli	182	3,44	0,69	Çocuk Sayısı	Henüz yok	261	3,42	0,73	0,510	0,676	-	1	75	3,45	0,66	2	60	3,48	0,71	Doğum Yeri	3 ve üzeri	20	3,26	0,79	-2,931	0,004	-	Köln	267	3,35	0,72	Aylık Gelir	Diğer	149	3,57	0,70	3,566	0,007	-	1000 Euro ve altı	68	3,65	0,70	1001-2000	173	3,43	0,65	2001-3000	122	3,42	0,77	3001-4000	31	3,18	0,72	
Yaş	17-20	37	3,54	0,61	1,320	0,247	-																																																																																																																									
	21-25	148	3,45	0,72																																																																																																																												
	26-32	152	3,39	0,72																																																																																																																												
	33-39	61	3,35	0,76																																																																																																																												
	40-46	11	3,54	0,67																																																																																																																												
	47-53	5	4,10	0,72																																																																																																																												
	54 yaş ve üzeri	2	2,87	1,59																																																																																																																												
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	10	3,87	0,71	1,482	0,207	-																																																																																																																									
	Lise <sup>a</sup>	135	3,46	0,62																																																																																																																												
	Önlisans	115	3,43	0,69																																																																																																																												
	Lisans <sup>b</sup>	139	3,39	0,80																																																																																																																												
Medeni Hal	Lisansüstü	17	3,22	0,90	-0,345	0,731	-																																																																																																																									
	Bekâr	234	3,42	0,74																																																																																																																												
	Evli	182	3,44	0,69																																																																																																																												
Çocuk Sayısı	Henüz yok	261	3,42	0,73	0,510	0,676	-																																																																																																																									
	1	75	3,45	0,66																																																																																																																												
	2	60	3,48	0,71																																																																																																																												
Doğum Yeri	3 ve üzeri	20	3,26	0,79	-2,931	0,004	-																																																																																																																									
	Köln	267	3,35	0,72																																																																																																																												
Aylık Gelir	Diğer	149	3,57	0,70	3,566	0,007	-																																																																																																																									
	1000 Euro ve altı	68	3,65	0,70																																																																																																																												
	1001-2000	173	3,43	0,65																																																																																																																												
	2001-3000	122	3,42	0,77																																																																																																																												
	3001-4000	31	3,18	0,72																																																																																																																												
	4001 ve üzeri	22	3,12	0,83																																																																																																																												

\*p<0,05

özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik t testi, Anova testi ve Tukey testi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3'te yer alan verilere göre, ikinci kuşak göçmen Türklerin Türk kültürü seyahat motivasyonlarının aldıkları eğitime göre farklılık gösterdiği ortaya çıkarılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre lisans mezunu olanların lise mezunu olanlara kıyasla Türk kültürü motivasyonlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Buna karşın diğer kişisel özellikler (cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir, çocuk sayısı) ile Türk kültürü motivasyonları arasında herhangi bir farklılık tespit edilememiştir. Bu sonuçlar H<sub>1a</sub> (İkinci kuşak göçmen Türklerin Türk kültürü motivasyonları, bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezini kısmen desteklemektedir.

Tablo 4'te ise, araştırmaya katılanların bireysel özellikleri ile anavatana seyahat motivasyonunun bir diğer alt boyutu olan "aile mirası" arasında farklılık gösterip göstermediğine dair t testi, Anova testi ve Tukey testi sonuçları yer almaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, kadınların erkeklere oranla aile mirası motivasyonlarının daha yüksek olduğu ve bu nedenle anavatana seyahate yönelme eğilimlerinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların doğum yerleri açısından ise, Köln dışında doğan göçmen bireylerin Köln'de doğanlara kıyasla aile mirası motivasyonlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Katılımcıların aile mirası motivasyonları ile aylık gelirleri arasında farklılık tespit edilirken; yaşları, eğitim düzeyleri, medeni durumları ve çocuk sayılarına göre ise bir farklılık tespit edilememiştir (p>0,05). Bu sonuçlara göre H<sub>1b</sub> (İkinci kuşak göçmen Türklerin aile miras motivasyonları, bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.) hipotezi kısmen desteklenmektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezinin test edilmesi amacıyla, araştırmaya katılan diaspora turistlerinin seyahat motivasyonları ile anavatana bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre elde edilen Pearson Korelasyon Katsayıları (r) tablo 5'te gösterilmektedir:

**Tablo 5.** Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Matrisi

Değişkenler	Seyahat Motiv.	Türk Kültürü	Aile Mirası	Anavatana Bağlılık	Mekânsal Bağlılık	Mekânsal Kimlik	Duygusal Bağlılık	Sosyal Bağlılık
1. Seyahat Motivasyonu	1.00							
1a. Türk Kültürü	-	1.00						
1b. Aile Mirası	-	-	1.00					
2. Anavatana Bağlılık	0,65*	0,68*	0,23*	1.00				
2a. Mekânsal Bağlılık	0,61*	0,63*	0,41*	-	1.00			
2b. Mekânsal Kimlik	0,61*	0,58*	0,30*	-	-	1.00		
2c. Duygusal Bağlılık	0,57*	0,63*	0,13	-	-	-	1.00	
2d. Sosyal Bağlılık	0,53*	0,57*	0,16	-	-	-	-	1.00

\* &lt; 0,01

Elde edilen Pearson Korelasyon Katsayıları (r), ikinci kuşak Türk göçmenlerin seyahat motivasyonları ile anavatana bağlılık boyutları arasında farklı düzeylerde ilişki olduğunu göstermektedir (p < 0,01).

Değişkenler arasındaki ilişkinin seviyesi, korelasyon katsayısının 0-0,29 arasında ise düşük/zayıf, 0,30-0,64 arasında ise orta, 0,65-0,84 arasında olması durumunda yüksek/kuvvetli ve 0,85-1 arasında ise çok

yüksek/kuvvetli şeklinde yorumlanmaktadır (Ural & Kılıç, 2018: 232).

Elde edilen sonuçlara göre en yüksek katsayılar Türk kültürü türündedir. Tablo 5'teki verilere göre, genel seyahat motivasyonu ile mekânsal bağlılık (r=0,61), mekânsal kimlik (r=0,61), duygusal bağlılık (r=0,54) ve sosyal bağlılık (r=0,35) arasında orta düzeyde ilişkiler tespit edilmiştir. Genel seyahat motivasyonu ile genel

**Tablo 6.** Çok Değişkenli Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişkenler	B	St. Hata	$\beta$	t	p	R <sup>2</sup>	F / p(sig.)
<i>Diaspora Turizmi Motiv.</i>	Sabit	1,746	0,131		13,300	<b>0,000*</b>	<b>0,437</b>	<b>81,660</b> <b>0,000*</b>
	Mek. Bağlılık	0,205	0,045	0,286	4,606	<b>0,000*</b>		
	Mek. Kimlik	0,164	0,037	0,270	4,460	<b>0,000*</b>		
	Duy. Bağlılık	0,093	0,051	0,124	1,821	0,069		
	Sos. Bağlılık	0,045	0,051	0,055	0,879	0,380		
<i>Türk Kültürü</i>	Sabit	1,215	0,156		7,801	<b>0,000*</b>	<b>0,466</b>	<b>91,414</b> <b>0,000*</b>
	Mek. Bağlılık	0,259	0,053	0,296	4,887	<b>0,000*</b>		
	Mek. Kimlik	0,088	0,044	0,120	2,207	<b>0,043*</b>		
	Duy. Bağlılık	0,247	0,061	0,271	4,073	<b>0,000*</b>		
	Sos. Bağlılık	0,071	0,61	0,071	1,167	0,244		
<i>Aile Mirası</i>	Sabit	2,809	0,226		12,442	<b>0,000*</b>	<b>0,099</b>	<b>12,386</b> <b>0,000</b>
	Mek. Bağlılık	0,099	0,077	0,102	1,295	0,196		
	Mek. Kimlik	0,315	0,063	0,383	4,984	<b>0,000*</b>		
	Duy. Bağlılık	-0,214	0,088	-0,211	-2,440	<b>0,015*</b>		
	Sos. Bağlılık	-0,007	0,088	-0,006	-0,076	0,940		

\*p &lt; 0,00

anavatana bağlılık türleri ( $r=0,65$ ) arasında ise kuvvetli derecede ilişki tespit edilmiştir.

Türk kültürü ile genel bağlılık ( $r=0,68$ ) arasında kuvvetli bir ilişki vardır. Türk kültürü ile mekânsal bağlılık ( $r=0,63$ ), mekânsal kimlik ( $r=0,58$ ), duygusal bağlılık ( $r=0,63$ ) ve sosyal bağlılık ( $r=0,57$ ) arasında orta düzeyde ilişki ortaya çıkmıştır.

Aile mirası ile anavatana bağlılık ( $r=0,23$ ) ve mekânsal bağlılık ( $r=0,22$ ) arasında düşük, mekânsal kimlik ( $r=0,30$ ) arasında ise orta düzeyde bir ilişki ortaya çıkmıştır. Aile mirası ile sosyal bağlılık ( $r=0,16$ ), ve duygusal bağlılık ( $r=0,13$ ) arasında ise zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. Korelasyon Analizi sonucunda tespit edilen ilişkilerin düzeyini ve yönünü belirlemek için, regresyon analizi yapılmıştır.

Çok değişkenli regresyon analizi sonucunda anlamlı bir regresyon modeli elde edilmiş ( $F = 81,66, p < .000$ ) ve diaspora turizmi motivasyonu bağımlı değişkenindeki varyansın %44'ünün ( $R^2_{\text{adjusted}} = .437$ ) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Buna göre, mekansal bağlılık ( $\beta = .286, t = 4,606, p < .000$ ) ve mekansal kimlik ( $\beta = .270, t = 4,460, p < .000$ ) seyahat motivasyonunu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir. Bu doğrultuda araştırmanın ikinci hipotezi ( $H_2$ : İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıkları, diaspora turizmi motivasyonunu etkilemektedir) kabul edilmiştir.

Türk kültürü boyutu için de anlamlı bir regresyon modeli elde edilmiş ( $F = 91,414, p < .000$ ) ve Türk kültürü bağımlı değişkenindeki varyansın %47'sinin ( $R^2_{\text{adjusted}} = .466$ ) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Buna göre, mekansal bağlılık ( $\beta = .296, t = 4,887, p < .000$ ), mekansal kimlik ( $\beta = .120, t = 2,207, p < .043$ ) ve duygusal bağlılık ( $\beta = .271, t = 4,703, p < .000$ ) Türk kültürünü pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir. Bu bulgular doğrultusunda alt hipotez ( $H_{2a}$ : İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıkları, Türk kültürünü etkilemektedir) desteklenmiştir.

Aile mirası boyutu için de anlamlı bir regresyon modeli elde edilmiş ( $F = 12,386, p < .000$ ) ve aile mirası bağımlı değişkenindeki varyansın %10'unun ( $R^2_{\text{adjusted}} = .099$ ) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Buna göre, mekansal kimlik ( $\beta = .383, t = 4,984, p < .000$ ), aile mirasını pozitif yönde etkilerken, duygusal bağlılık ise ( $\beta = -.211, t = -2,440, p < .015$ ) negatif yönde etkilemektedir. Bu bulgular doğrultusunda diğer alt hipotez de ( $H_{2b}$ : İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıkları, aile mirasını etkilemektedir) desteklenmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Modernleşen dünyada diasporik bireylerin anavatana seyahatlerine ilgisi artmış ve başta "anavatana özlem" olmak üzere çeşitli motivasyon kaynaklarının da etkisiyle kendi anavatanlarına seyahat etmeye başlamışlardır. Söz konusu geri dönüş seyahatleri, klasik diaspora tanımlamalarına göre mümkün değildir. Çünkü klasik diaspora toplulukları için, 'anavatana temelli geri dönüşün gerçekleşmesi' gerekliliği bulunmaktadır. Çağdaş diaspora tanımlamalarına göre ise diaspora toplulukları için anavatana temelli geri dönüş gerekliliği bulunmazken (Huang ve ark., 2018), istedikleri zaman anavatana ziyaret edebilir, hasret giderebilirler.

Göçmen bireyler çeşitli amaçlarla anavatana seyahat edebilirken bu seyahatleri sadece arkadaş ve akraba ziyareti turizmi veya kök turizmi gibi başlıklarla tanımlamak, sınırlı kitlelere hitap edilmesine yol açacaktır. Bu motivasyonlar, göçmen bireylerin anavatana seyahatlerinde önemli bir rol oynasa da sadece bu iki motivasyondan bahsetmek mümkün değildir. Newland & Taylor (2010) diasporik bireylerin, memleketlerine gerçekleştirdikleri seyahatlerde aile-akraba ve arkadaş ziyaretleri, köklerini keşfetme, özlem giderme gibi motivasyonlarını deniz-kum-güneş tatilleri, sağlık amaçlı, çeşitli festival veya kültürel etkinliklere katılmak gibi geleneksel turist hareketleri veya boş zaman etkinlikleriyle birleştirerek tükettiğini öne sürmektedir. Bu araştırmanın bulgularından da anlaşılacağı üzere göçmen bir bireyin anavatana seyahatlerinde birden fazla motivasyonun etkisi görülebilir. Bu doğrultuda diasporik bireylerin anavatana ziyaretlerini tanımlamada kullanılacak en kapsamlı ifade "diaspora turizmi" olacaktır.

Bu çalışmada Almanya'nın Köln şehrinde yaşayan ikinci kuşak Türk diasporası ele alınmıştır. Konuyla ilgili uluslararası alan yazın incelendiğinde bazı araştırmacıların (Huang ve ark., 2013), ikinci ve sonraki kuşak göçmen bireylerin diaspora turizmi açısından hedef pazar olarak değerlendirilmediği görülmüştür. Ancak diaspora kavramının tanımı gereği diaspora topluluklarının varlığını sürekli sürdürmesi gerekmektedir (Cohen, 2004). Dolayısıyla diaspora turizminin sürdürülebilirliği açısından asıl hedef pazarın ikinci ve sonraki kuşaklar olması gerekmektedir. Sadece ilk kuşak göçmenleri hedef pazar olarak ele almak, kısa vadede ekonomik olarak geri dönüş sağlasa da zaman içerisinde tek bir ilk kuşak bireyin dahi kalmayacağı göz önünde bulundurulduğunda, sonraki göçmen kuşakların hedef pazar olarak ele alınmasının gerekliliğini açık şekilde ortaya koymaktadır.

Birçok ülkenin turizm stratejisinde döviz getirisi elde etmek önemli bir yere sahip olmakta ve bu nedenle yabancı turistlere daha fazla önem verilmektedir. Ancak en ufak bir krizin patlak vermesiyle birlikte yaban-

cı turist ziyaretlerinin kesintiye uğraması muhtemeldir. Türkiye coğrafi konumu itibariyle çeşitli kriz durumlarına maruz kalması muhtemel ülkelerden bir tanesidir. Ancak anavatana dışında yaşayan göçmen bireyler için kriz durumlarının birçoğu anavatana seyahatin önüne geçmede yeterli olmayacaktır. En kötü ihtimalle anavatana hısum ziyaretine gelerek bölge ekonomisini canlandıracak ve zor zamanda ülke ekonomisine katkı sağlayabilecek potansiyele sahiptirler. Normal koşullar hâkimken de yabancı turistler kadar göçmen bireylerin ülke ekonomisine katkı sağlaması muhtemeldir. Diasporik bireylerin boş zamanlarını anavatanda geçirmesi doğal bir durum olmakla birlikte göçmen Türkler için daha ucuz tatil fırsatları anlamına da gelmektedir. Göçmen kuşakların anavatana seyahatlerinin sürdürülebilirliği için ikinci ve sonraki kuşaklar hedef alınmalıdır. Sürdürülebilir bir diaspora turizmi için asimile olmamış yeni kuşaklar gerekmektedir. Bununla birlikte göçmen bireyleri anavatana seyahat etmeye teşvik edecek etkinlikler, festivaller ve turlar sürdürülebilir bir diaspora turizmi için önem arz etmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıklarının sembolik olmadığı belirlenmiştir. Anavatana bağlılık ölçüğü bulguları göz önünde bulundurulduğunda, ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılık düzeylerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte anavatana seyahat sayıları ve konaklama süreleri göz önünde bulundurulduğunda, ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatana bağlılıklarının işlevsel olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Ayrıca dil problemi yaşayan ikinci kuşak göçmen Romanyalıların (Iorio & Corsale, 2012) ve Çinlilerin (Huang ve ark., 2016) aksine bu araştırmaya katılan Türklerin tamamı anketleri Türkçe doldurmuş, herhangi bir turistik destinasyonu ziyaret etmektense Türkiye'yi ziyaret ettiklerini ifade etmiş (%79,4) ve kendisini Türk olarak tanımladığına dair ifadeye de yüksek katılım (%84,6) göstermiş olmaları önemlidir.

Huang ve arkadaşlarının (2013) ikincil verilere dayanarak hazırladığı çalışmanın bulgularına göre, ikinci kuşak göçmen bireylerin anavatana seyahat sayısı ile anavatanda evde hissetmeleri arasında bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu durum anavatana bağlılık seviyelerine de yansımış ve ikinci kuşak göçmen Türklerle yönelik hazırlanan bu çalışmayla benzerlik göstermiştir. Ayrıca ikinci kuşak göçmen Türklerin yaşı yükseldikçe, anavatana bağlılıklarının da yükseldiği tespit edilmiştir. Asimilasyon teorisine göre her kuşak önceki kuşağa göre daha fazla asimile olduğu için, anavatana olan bağlılık seviyesi bir nesilden diğerine azalmaktadır (Levitt & Glick Schiller, 2004). Bu doğrultuda asimile olmadan atlatılacak her yıl sonrası anavatana merakı, anavatana olan özlem, anavatana gerçekleşen

seyahat sayısı artacak ve dolayısıyla ortaya giderek sağlamlaşan bir bağ çıkmaktadır. Bu bağ aracılığıyla anavatana seyahatlerinin giderek artması muhtemeldir. Bu noktada anavatana dışında yaşayan her bir ebeveyn ve anavatandan gelecek her türlü seyahate teşvik edici faaliyete yeni nesil bireylerin ihtiyacı vardır. Diasporik ailelerin ev içinde kendi dilini konuşması, çocuklarını kültürünü yaşatarak öğretmesi, her boş zaman fırsatında ziyaret sebebi fark etmeksizin anavatana ziyarete getirmesi ve anavatandan gelen çeşitli etkinliklerin olması durumunda diaspora turizminin sürdürülebilirliği kaçınılmaz olacaktır.

Hughes & Allen (2008), yaptığı araştırmada, İngiltere'de yaşayan ikinci ve üçüncü kuşak İrlanda diasporası için anavatana seyahat etmenin ve kendi kültürünü keşfetmenin anlam ifade etmediğini ortaya çıkarmıştır. İkinci ve üçüncü kuşak İrlanda diasporasının aksine ikinci kuşak Türk diasporası, kendi kültürünü keşfetmeyi anavatana seyahat motivasyonlarından biri olarak görmekte ve onlar için önem arz etmektedir.

Vong ve arkadaşları (2017) Avustralya (%62,8), Portekiz (%61,8) ve Endonezya'da (%59,3) yaşamam Doğu Timör diasporasının önemli bir kısmı anavatana aileleriyle birlikte seyahat ettiğini tespit etmiştir. İkinci kuşak Türk diasporasının seyahat hareketlerine odaklanan bu çalışmada da benzer bulgulara rastlanmış ve katılımcıların önemli bir kısmının anavatana aileleriyle (%76,4) birlikte seyahat ettiği ortaya çıkarılmıştır.

İkinci kuşak göçmen bireylerin anavatandaki konaklama bulguları incelendiğinde, katılımcıların genel olarak akraba, aile, arkadaş veya kendi konutlarında (%71,3) kaldığı görülmektedir. Vong ve arkadaşları (2017) yaptığı araştırmada benzer bulgulara rastlamış ve Doğu Timör diasporasının anavatana seyahatlerinde aile üyelerinin evinde kaldığını (Avustalya %77, Endonezya %74,6, Portekiz %63,4) tespit etmiştir.

Kamboçya'daki Angkor Wat ile Meksika ve Orta Amerika'daki 'Maya Rotası' ile diaspora turistlerine hitap eden özel turlar düzenlenmekte (Newland & Taylor, 2010), Romanyalı göçmenlere yönelik köklerini bulmak gibi amaçları da içerebilen kişiselleştirilmiş turlar hazırlanmaktadır (Iorio & Corsale, 2012). Bu örnekler çoğaltılabileceği gibi Türkiye'nin yurt dışında yaşayan diaspora topluluklarının anavatana seyahat etmeleri için hazırlanan herhangi bir özel tura da rastlanmamıştır. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) ve Almanya Türk Federasyonu (ATF) tarafından yılın belirli dönemlerinde yapılan turlar olsa da, turizmi canlandırmak adına kişiselleştirilmiş turların eksikliği hissedilmektedir. Bu noktadan yola çıkarak Türkiye'de veya yurt dışında faaliyet gösteren seyahat acenteleri, Türk göçmenlerin talepleri doğrultusunda kişiye özel ve/veya gruplar için paket turlar hazırlayabilir.



Feng & Page (2010), Yeni Zelanda'da yaşayan Çinlilerin %98'inin anavatana Çin'de ve Yeni Zelanda'da faaliyet gösteren seyahat acenteleri vasıtasıyla seyahat ettiğini tespit etmiştir. Feng ve Page'in bulgularıyla tamamen zıt olarak Iorio & Corsale'nin (2012) bulgularına göre ise, araştırmaya katılan Romanyalı göçmenlerin %91,3'lük kısmının anavatana yolculuklarını kendileri organize ettiğini yani seyahat acentelerini tercih etmediğini ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmanın bulguları incelendiğinde, hiçbir katılımcının anavatana turla seyahat etmeyi tercih etmediği ve bu noktada Iorio & Corsale'nin (2012) araştırma bulgularıyla benzerlik taşıdığı görülmektedir. Bu bulgudan yola çıkarak, seyahat acentelerinin Türk göçmenlere yönelik daha farklı ve özel turlar düzenleme eksikliği ve aynı zamanda gerekliliğinin başka bir göstergesidir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, diaspora turizminin motivasyon ve deneyimlerinde kayda değer bir paya sahip olduğu görülen (%81,4) yöresel yemeklerin ve anavatana ait tatların diasporik seyahatler üzerindeki etkisinin çok daha kapsamlı şekilde araştırılabileceği görülmektedir. Dolayısıyla gelecekte yapılacak çalışmalarda, ikinci ve/veya sonraki kuşak göçmen Türklerin diaspora turizm motivasyonlarında anavatana ait tatların etkisi incelenebilir.

Bu çalışmada ikinci kuşak göçmen Türklerin seyahat motivasyonları ve anavatana bağlılıkları hedef alınmıştır. Araştırma hedefleri arasında diaspora turizminin mevsimselliğinin belirlenmesi bulunmamaktadır. Uluslararası alan yazında bu konuya yönelik farklı bulgular elde edilmiş çalışmalar bulunsa da yerli alan yazında böyle bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu doğrultuda gelecekte Türk göçmenlerin tükettiği diaspora turizminin mevsimsel olup olmadığını belirlemeye yönelik bir çalışma yapılabilir.

## KAYNAKLAR

- Adıgüzel, Y. (2018). Göç Sosyolojisi (İkinci Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Aksu, G., Eser, M. T. & Güzeller, C. O. (2017). Açımlayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları (Birinci Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akyüz, J. (2008). Göç Yollarında; Kafkaslardan Anadolu'ya Göç hareketleri. Ahmet Yesevi Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, 46, 37-56.
- Almanya Türk Federasyonu, ATF Türkiye Kültür Gezileri Web: <http://turkfederasyon.com/> adresinden 15 Mart 2019 tarihinde alınmıştır.
- Arslan Ayazlar, R. (2016). Arkadaş ve Akraba Ziyareti (AAZ) Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. Turizm ve Araştırma Dergisi, 5 (1), 53-70.
- Arslan, B. D. (2017). Almanya'daki Türk Diasporası Firmalarının Alman Pazarına Yönelik Uygulamaları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Backer, E. (2012). VFR Travel: It is underestimated. Tourism Management, 33, 74-79.
- Basu, P. (2004). Route Metaphors of 'Roots-Tourism' in The Scottish Highland Diaspora. In S. Coleman and J. Eade (Eds.), Reframing Pilgrimage: Cultures in Motion. London: Routledge, 150-174.
- Başer, B. (2013). Diasporada Türk-Kürt Sorunu. İstanbul: İletişim Yayınları, 71-86.
- Bhatia, S. (2002). Acculturation Dialogical Voices and Construction of The Diasporic Self. Theory Psychology, 12 (1), 55-77.
- Butler, K. D. (2001). Defining Diaspora, Refining A Discourse. Diaspora: A Journal of Transnational Studies, 10 (2), 189-219.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 32, 470-482.
- Castles, S. & Miller, M. J. (2008). Göçler Çağı: Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri. (Çev. B. Bal ve İ. Akbulut). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (Eserin orijinali 1993'de yayımlandı), 41.
- Cohen, E. H. (2004). Preparation, Simulation and The Creation of Community: Exodus and The Case of Diaspora Education Tourism. In T. Coles and D. J. Timothy (Eds.), Tourism, Diasporas and Space. London: Routledge, 124-138.
- Cohen, R. (2008). Global Diasporas: An Introduction (Second Edition). Routledge, London.
- Cohen, R. (1996). Diasporas and The Nation State: from Victims to Challengers. International Affairs, 72 (3), 507-520.

- Coles, T., Duval, D. T. & Hall, C. (2005). Tourism, Mobility and Global Communities: New Approaches to Theorising Tourism and Tourism Spaces. In W. F. Theobald (Eds.), *Global Tourism*. Boston: Elsevier, 463-481.
- Coles, T. & Timothy, D. J. (2004). My Field Is The World: Conceptualizing Diasporas, Travel and Tourism. In T. Coles and D. J. Timothy (Eds.), *Tourism, Diasporas and Space*. London: Routledge, 1-29.
- Çakı, A. (2018). Geçmişten Bugüne Türkiye'nin Göç Politikası ve Suriyeli Göçmenler Bağlamında Göç Yönetişimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman, 8.
- Çakır, D. Ç. (2018). Kamu Diplomasisi Bağlamında Türk Dış Politikasında Diaspora Diplomasisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 23.
- Dufoix, S. (2011). *Diasporalar*. (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınlar. (Eserin orijinali 2008'te yayımlandı).
- Duncan, S. & Leith, M. (2013). "Diaspora Tourists and The Scottish Homecoming 2009". *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 259-274.
- Duval, D. T. (2003). When Hosts Become Guests: Return Visits and Diasporic Identities in A Commonwealth Eastern Caribbean Community. *Current Issues in Tourism*, 6 (4), 267-308.
- Express E-Paper, Web: <https://www.express.de/koeln/neue-zahlen-luegen-nicht-die-wahrheit-ueber-die-auslaender-in-koeln-32381242> adresinden 28 Ağustos 2019 tarihinde alınmıştır.
- Feng, K. & Page, S. J. (2010). An Exploratory Study of The Tourism, Migration-Immigration Nexus: Travel Experiences of Chinese Residents in New Zealand. *Current Issues in Tourism*, 3 (3), 246-281.
- Helmreich, S. (1992). Kinship, Nation and Paul Gilroy's Concept of Diaspora. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 2 (2), 243-249.
- Huang, W. C., Hung K. & Chen C. C. (2018). Attachment to the Home Country or Hometown? Examining Diaspora Tourism Across Migrant Generations. *Tourism Management*, 68, 52-65.
- Huang, W. J. & Chen, C. C. (2020). Influence of Transnational Leisure on Diaspora Tourism among Contemporary. *Journal of Travel Research*, 60(3), 603-617.
- Huang, W. J., Haller, J. W. & Ramshaw, G. P. (2013). Diaspora Tourism and Homeland Attachment: An Exploratory Analysis. *Tourism Analysis*, 18, 285-296.
- Huang, W. J., Ramshaw, G. P. & Norman W. C. (2016). Homecoming or Tourism? Diaspora Tourism Experience of Second-Generation Immigrants. *Tourism Geographies*, 18 (1), 59-79.
- Hughes, H. and Allen, D. (2008). Holidays of The Irish Diaspora: The Pull of The 'Homeland'. *Tourism Management*, 13(1), 1-19.
- Iorio, M. & Corsale, A. (2012). Diaspora and Tourism: Transylvanian and Saxons Visiting Homeland. *Tourism Geographies*, 15 (2), 198-232.
- International Organization for Migration (IOM) (2013). *Immigration Terms Dictionary (İkinci Baskı)*. Geneva: IOM, 23.
- Jones, D. M. (2014). Film Tourism As Heritage Tourism: Scotland, Diaspora and The Da Vinci Code (2006). *New Review of Film and Television Studies*, 12 (2), 156-177.
- Kang, S. K. & Page, S. J. (2000). Tourism, Migration and Emigration: Travel Patterns of Korean-New Zealanders in The 1990s. *Tourism Geographies*, 2 (1), 50-65.
- Kasinitz, P., Mollenkopf, J. H., Waters, M. C. & Holdaway, J. (2008). *Inheriting The City: The Children of Immigrants Come of Age*. Russell Sage Foundation, New York.
- Katranç, M. & Temel, S. (2018). İlkokul Öğrencilerine Yönelik Yazma Kaygısı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5 (24), 1544-1555.
- Kaygalak, S., Dilek, S. E. & Günlü, E. (2015). Diaspora Turizmi: Balkanlara Seyahat Edenler Üzerinde Sosyolojik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 15 (3), 435-443.
- Kelner, S. (2013). Historical Perspectives on Diaspora Homeland Tourism: "Israel Experience" Education in The 1950s and 1960s. *Diaspora, Indigenous and Minority Education*, 7 (2), 99-113.
- Kırbaç, D. A. (2012). *Diasporada Boşnak: Türkiye ve İsveç Örnekleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 35-42.
- King, B. (1994). What Is Ethnic Tourism? An Australian Perspective. *Tourism Management*, 15, 173-176.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Levitt, P. & Glick-Schiller, N. (2004). Conceptualizing simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society. *International Migration Review*, 38 (3), 1002-1039.

- Li, M. & McKercher, B. (2016). Developing A Typology of Diaspora Tourists: Return Travel by Chinese Immigrants in North America. *Tourism Management*, 56, 106-113.
- Li, T. E. (2019). Guanxi or Weak Ties? Exploring Chinese Diaspora Tourists' Engagement in Social Capital Building. *Current Issues in Tourism*, 22, 1-16.
- Marschall, S. (2014). Homesick Tourism': Memory, Identity and (Be)longing. *Current Issues in Tourism*, 18 (9), 876-892.
- Maruyama, N. & Stronza, A. (2010). Roots Tourism of Chinese Americans. *Ethnology*, 49 (1), 23-44.
- Morgan, N., Pritchard, A. & Pride, R. (2003). Marketing to The Welsh Diaspora: The Appeal to Hiraeth and Homecoming. *Journal of Vacation Marketing*, 9 (1), 69-80.
- Mortley, N. (2011). Strategic Opportunities from Diaspora Tourism: The Jamaican Perspective. *Canadian Foreign Policy Journal*, 17 (2), 171-185.
- Newland, K. & Taylor, C. (2010). Heritage Tourism and Nostalgia Trade: A Diaspora Niche in The Development Landscape. Washington: Migration Policy Institute, 4.
- Nurse, K. (2011). Diasporic Tourism and Investment in Suriname. *Canadian Foreign Policy Journal*, 17 (2), 142-154.
- Özocak, Ö. (2015). Diaspora Kavramı ve Ermeni Diasporası (Rapor No. 2). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi.
- Pelliccia, A. (2016). In The Family Home: Roots Tourism Among Greek Second Generation in Italy. *Current Issues in Tourism*, 21 (18), 2108-2123.
- Rumbaut, R. G. (2004). Ages Life Stages and Generational Cohorts: Decomposing The Immigrant First and Second Generations in The United States. *International Migration Review*, 38 (3), 1160-1205.
- Rumbaut, R. G. (2002). Severed or Sustained Attachments? Language, Identity and Imagined Communities in The Post-Immigrant Generation. In P. Levitt and M. C. Waters (Eds.), *The Changing Face of Home: The Transnational Lives of The Second Generation*. New York: Russell Sage, 43-95.
- Safran, W. (1991). Diaspora in Modern Societies: Myths of Homeland and Return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1 (1), 83-99.
- Scheyvens, R. (2007). Poor Cousins No More: Valuing the Development Potential of Domestic and Diaspora Tourism. *Progress in Development Studies*, 7 (4), 307-325.
- Schramm, K. (2004). Coming Home to The Motherland: Pilgrimage Tourism in Ghana. In S. Coleman and J. Eade (Eds.), *Reframing Pilgrimage: Cultures in Motion*. London: Routledge, 133-149.
- Sim, D. & Leith, M. (2013). Diaspora Tourists and The Scottish Homecoming 2009. *Journal of Heritage Tourism*, 8 (4), 259-274.
- Statistisches Bundesamt Deutschland, Foreign Population by Selected Citizenships (2019), [https://www.destatis.de/EN/Home/\\_node.html](https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html)
- Stephenson, M. L. (2002). "Travelling to The Ancestral Homelands: The Aspirations and Experiences of A UK Caribbean Community". *Current Issues in Tourism*, 5(5), 378-425.
- Tanrısever, C. (2016). Diaspora Turizmi: Türkiye-Azerbaycan Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5 (2), 56-64.
- Ter-Matevosyon, V., Danielyan, H., Sisserian, S., Kankanyan, N. & Shorjian, N. (2017). Institutions and Identity Politics in the Armenian Diaspora: the Cases of Russia and Lebanon. *Diaspora Studies*, 10 (1), 64-80.
- Tie, C., Holden, A. & Park, H. Y. (2015). A 'Reality of Return': The Case of The Sarawakian-Chinese Visiting China. *Tourism Management*, 47, 206-212.
- Timothy, D. J. (1997). Tourism and The Personal Heritage Experience. *Annals of Tourism Research*, 24, 751-754.
- Timothy, D. J. & Teye, V. B. (2004). American Children of The African Diaspora: Journeys to The Motherland. In T. Coles and D. J. Timothy (Eds.), *Tourism, Diasporas and Space*. London: Routledge, pp. 111-123.
- Tören, E. (2014). Diasporaların Anavatan Ziyaretleri: Almanya Türk Federasyon Türkiye Kültür Gezisi 2013 Üzerine Bir Alan Araştırması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ulusoy, E. (2015). Diasporayı Yeniden Düşünmek: Diaspora Teorisi ve Modern Diasporanın Temel Parametreleri. *Göç Dergisi*, 2 (2), 208-228.
- Unur, K., Kanca, B. & Ertaş, Ç. (2015). Türkiye'de Diaspora Turizmi Potansiyeline İlişkin Bir Değerlendirme. I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi, 350-362.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2018). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Vong, M., Pinto, P. & Silva, J. A. (2017). Diaspora Tourism: The Case of Timor Leste. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(2), 218-233.
- Weaver, D. B., Kwek, A & Wang, Y. (2017). Cultural Connectedness and Visitor Segmentation in Diaspora Chinese Tourism. *Tourism Management*, 63, 302-314.

Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Detay Yayıncılık, Ankara.

Yılmaz, A. (2014). Uluslararası Göç Çeşitleri, Nedenleri ve Etkileri. Turkish Studies Historical Analysis, 9 (2), 1685-1704.

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (2019), Yurtdışı Vatandaşlar Genel Bilgi. <https://www.ytb.gov.tr/yurtdisi-vatandaslar/genel-bilgi>

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanmasında herhangi bir destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde etik kurallara uyulduğu yazarlar tarafından beyan edilmiştir. Aksi bir durumun tespitinde Turizm Akademik Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir. Bu çalışmada veri toplama süreci 1 Mayıs-30 Kasım 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup etik kurul kararına ihtiyaç yoktur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:**

1. Yazar katkı oranı %50
2. Yazar katkı oranı %50



## Extensive Summary

### Investigation of Travel Motivations of Second-Generation Turkish Immigrants Living in Germany and Their Attachment to the Homeland within the Scope of Diaspora Tourism: The Case of Cologne

Kartal Doğukan ÇIKI\*, M. Murat KIZANLIKLI

The most important motivation for first-generation immigrants to travel to the homeland is a feeling of longing. The motivation to travel increases directly proportional from the moment the feeling of longing starts to dominate and they visit the homeland as conditions permit. Nevertheless, it is not possible to talk about the same situation for second-generation immigrants. For second-generation immigrants born in a society different from their parents, curiosity is more dominant in homeland travel, but it is not enough by itself. Various factors can transform the sense of wonder into travel. Questions such as “do the parents of the second-generation individuals talk about the homeland and the environment there?”, “Have you ever traveled to the homeland individually or with family?”, “is the monthly income of residents sufficient for these travels?” can be cited as examples of these factors and can be multiplied.

Second and next-generation immigrants living in various countries may feel like strangers to their homeland due to personal and social reasons such as language barriers and cultural differences. Due to this situation, the motivation of immigrants to travel to the homeland is also negatively affected. Various cultural events organized specifically for the Chinese diaspora, including traditional Chinese games, attract the attention of second and subsequent generations. However, these events can motivate them to travel to the homeland and strengthen their ties with the homeland (Huang & Chen, 2020).

Vong, Pinto & Silva (2017), focusing on the travel movements of the East Timor diaspora living in Indonesia, Portugal, and Australia, were determined that they were highly motivated to experience more places in their homeland, as they could not always travel due to the ability of diaspora tourists from Portugal and Australia to afford their travel expenses and long distances. From this point forth, it is thought that the travel motivation of diaspora tourists may differ according to their monthly income.

Second-generation immigrants may have less attachment to their homeland than first-generation immigrants (Maruyama & Stronza, 2010). The same situation is valid for second-generation immigrant individuals' motivation to travel to the homeland (Huang et al., 2016). Huang et al. (2013) determined that second-generation immigrants living in America adopted both America and their ancestral lands as their homeland and revealed that as the frequency of travel to the homeland increased, the attachment to the homeland increased. Huang et al. (2018) were determined that the second-generation Chinese diaspora increased their attachment to the homeland as they traveled to the homeland, and their travel motivation increased as their attachment increased.

Iorio & Corsale (2012) were revealed in their study conducted that the second-generation Romanians born in Germany were not interested in their origins, did not speak their language, and did not feel any attachment to their homeland. However, Iorio & Corsale (2012) were determined that the second-generation Romanian diaspora did not have any motivation to travel to the homeland. Similar results were obtained in the study conducted by Hughes & Allen (2008), and it was determined that the second and third-generation Irish immigrants living in England, like the second-generation Romanian immigrants, have no motivation to travel to the homeland and that discovering the culture or establishing any relationship with the homeland does not mean for them. Based on these findings, the effect of second-generation diasporic individuals' attachment to the homeland on their motivation for diaspora tourism was researched.

In the study, a questionnaire form was used to collect data. The questionnaire consists of demographic questions as well as “attachment to the homeland” and “motivation to participate in diaspora tourism” scales developed by Huang et al. (2018). According to the explanatory factor analysis results of the study scale, four research dimensions were emerged be about, “spatial dependency, spatial identity, emotional dependency, and social dependency.” Second-generation Turkish immigrants living in Cologne and traveling to their homeland at least once participated in this research. While 58.4% of the second-generation immigrants participating in the study are male, 41.6% are female. 33.4% of the participants are undergraduate, and 41.6% have a monthly income between 1001-2000 Euros per month. 29.8% of the participants visited the homeland 4-6 times, and 51% stayed for more than a week. While 53.6% of the participants prefer to stay at the relatives' home, 76.4% travel to the homeland with their families. The issue needs to be investigated more comprehensively because 93.3% of second-generation

\* Corresponding author at: Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, E-Mail Address: kdciki@gelisim.edu.tr

Turkish immigrants stated they are thinking of revisiting their homeland. Correlation analysis was conducted to determine the relationship between travel motivation and attachment to the homeland of diaspora tourists participating in the study. The obtained Pearson Correlation Coefficients ( $r$ ) shows that there are different levels of relationship between travel motivation and dimension of attachment to the homeland of second-generation Turkish immigrants ( $p < 0.01$ ). Regression analysis was performed to determine the level and direction of relations determined as a result of Correlation Analysis. In consequence of multivariate regression analysis, significant regression models were obtained for diaspora tourism motivation and family heritage and Turkish culture sub-dimensions.

In the modern world, the interest of diasporic individuals in homeland travel was increased, and with the effect of various sources of motivation, especially “longing for the homeland,” they started to travel to their homeland. According to the study results, more than one motivation can be effective in the travels of immigrants to the homeland. Hence, it would be more appropriate to define these travels as diaspora tourism rather than describing them with topics that appeal to more limited audiences, such as visiting friends and relatives or origin tourism. Although these motivations have an essential role in homeland travel, it is impossible to talk about these two motivations alone.

According to the study results, the attachment of second-generation Turkish immigrants to the homeland is not symbolic. Still, according to the study results, the level of attachment of second-generation Turkish immigrants to their homeland is relatively high. After all, considering the number of travels to the homeland and the duration of stay, it would be possible to say that attachment to the homeland of the second-generation Turkish immigrants is functional. According to the results, the following recommendations can be listed:

No special tour prepared by travel agencies for the Turkish diaspora to travel to their homeland has been encountered. From this point forth, travel agencies operating in Turkey can prepare special package tours for individuals or groups according to the demands of Turkish immigrants.

According to the study results, local dishes and delicacies have an essential share in diaspora tourism motivation and experience. Accordingly, the effects of local dishes and homeland-specific delicacies on homeland travel can be investigated comprehensively.

Determining the seasonality of diaspora tourism is not among the study objectives. Although there are different studies on this subject in international

literature, there are no studies in the local literature. In this direction, a study can be conducted to determine whether the diaspora tourism consumed by Turkish immigrants is seasonal in the future.