

## PAPER DETAILS

TITLE: "PEMBE TURİZM" ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME

AUTHORS: Savas YILDIZ

PAGES: 58-74

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/594060>

## “PEMBE TURİZM” ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Savaş YILDIZ<sup>1</sup>

### ÖZET

Bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ekonomik, siyasal, iş ve özel hayatta köklü değişimleri de beraberinde getirmiştir. Hayatın değişik alanlarında yaşanan bu gelişmeler modern ekonominin en hızlı gelişen ve büyüyen endüstrilerinden birisi olan turizmde de kendisini göstermiştir. Zaman içinde insanların turizme katılım amaçları da değişime uğramış ve buna bağlı olarak turizm endüstrisinde sualtı turizmi, ekoturizm gibi yeni niş pazarlar ortaya çıkmıştır. Son zamanlarda turizmden büyük gelir elde eden ülkeler ve turizm şirketlerinin odaklandıkları pazar ise LGBT+ tüketicilerin oluşturduğu “pembe turizm” pazarıdır. Türkiye’de “pembe turizm” ile ilgili çalışmaların yetersizliğinden dolayı “pembe turizm” hakkında farkındalık oluşturmak ve gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara kaynak teşkil etmek çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Pembe turizm, LGBT turizmi, Turizm, LGBT

### GENERAL EVALUATION ON “PINK TOURISM”

### ABSTARCT

Developments in science and technology have brought some radical changes in economic, political, bussiness and private life. These developments in different areas of life have also shown itself in tourism, one of the fastest-growing and growing industries of the modern economy. Over time, the intentions of people to participate in tourism have also changed and accordingly new niche markets such as underwater tourism and ecotourism have emerged in tourism industry. Recently, countries and toursim companies that have great deal of revenue from tourism, have focused on “pink tourism” market created by LGBT consumers. The main objective of this study is to create awareness about “pink tourism” because of insufficeincey of the studies about “pink tourism” in Turkey and to create a resource for future work in this field.

**Keywords:** Pink tourism, LGBT tourism, tourism, LGBT

---

<sup>1</sup> savasyildiz77@gmail.com

## GİRİŞ

Bilim ve teknolojiye yaşanan değişimler sayesinde artan gelir ve boş zamanın yanı sıra ucuz ve hızlı ulaşım imkânları, insanların çeşitli sebeplerle daha fazla turistik seyahatlere çıkmasını mümkün hale getirmiş ve bunun doğal bir sonucu olarak turizm sektörünün her geçen yıl büyüyen uluslararası endüstrilerden birisi olmasını sağlamıştır. Her yıl turistik faaliyetlere katılan insanların yaptıkları harcamaları milyarlarca doları bulmakta ve bu büyük pastadan aldıkları payları arttırabilmek için turistik cazibe merkezlerine sahip ülkeler daha fazla turist çekebilmek, dolayısıyla cari açığı kapatmada en önemli kalemlerden birisi olan turizm gelirlerini arttırmak için kıyasıya bir rekabet halindedirler. Turistik cazibe merkezlerine sahip ülkelerdeki turizm pazarlama şirketleri ise daha fazla turist çekmek için standart kitle turizminden ziyade özel tüketicilerin yer aldığı niş pazarlara yönelmiş ve bu niş pazarlardaki tüketicilerin istek ve arzularını yerine getirmeye odaklanmaya başlamışlardır. Turizm şirketlerinin odaklandıkları söz konusu niş pazarlardan birisi de gey, lezbiyen, biseksüel ve transseksüel (LGBT) bireylerin oluşturduğu pazardır (Bellagaard, 2009: 2). Turizm şirketlerinin LGBT+ bireylerde oluşan niş pazarlara yönelmelerinin ardında yatan nedenlerin başında özellikle gey veya lezbiyen çiftlerin heterojen çiftlere göre daha iyi eğitilmiş olmaları, ortalama üzerinde gelire sahip olmaları, çocuk sahibi olmadıkları için (Dual Income No Kids-DINK) kazançlarının büyük bir kısmını tasarruf etme şanslarının olması dolayısıyla daha fazla seyahat etmeleri, seyahatlerinde daha fazla para harcamaları ve marka eğilimli olmaları yatmaktadır (Guaracino, 2007: 12).

### 1. LGBT İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Pembe turizmin daha net anlaşılabilmesi için bu turizm faaliyetlerine katılan bireylerin cinsel yönelimleri ile ilgili olarak bazı temel kavramların açıklanması gerekmektedir. Söz konusu kavramların bazıları şunlardır: *Biyolojik cinsiyet*, kadın veya erkek olmanın biyolojik yönünü bir başka ifade ile (iç ve dış üreme organları, seks kromozomları, yumurta veya sperm üretebilme, doğum yapabilme ve emzirebilme yetilerini ifade etmektedir (Yeşiltepe, 2015: 8). Bu kapsamında cinsiyetin, bireyin biyolojik cinsiyetinden kaynaklanan demografik bir özellik olduğu söylenebilir (Dökmen, 2014: 20). *Toplumsal cinsiyet*; 1970’lerde kadın hareketleri tarafından geliştirilen (Yeşiltepe, 2015: 8) toplumsal cinsiyet kavramı toplumun kadın veya erkeğe yüklediklerin anlam ve beklentiler ile bir başka ifadeyle kadın ve erkek arasındaki toplumsal ve kültürel farklılıkla ilgilidir (Topuz ve Erkanlı, 2016: 303). *Cinsel kimlik*; bireyin, bedenini ve benliğini belli bir cinsiyet içinde algılayıp bunu kabullenmesini ifade etmektedir (Keskin ve diğ., 2015: 436-437). Cinsel yönelimi gey, lezbiyen, transseksüel veya biseksüel yönünde olan bireylerin homofobik veya heteroseksist bir ortamda veya LGBT haklarının az veya hiç olmadığı ülkelerde cinsel kimliklerini açıklayamamaları şaşırtıcı bir durum değildir (Yeşiltepe, 2015: 7). *Cinsel yönelim*; bireyin sahip olduğu istek, duygu ve sergilediği davranışların belli bir cinsiyete (bu cinsiyet bireyin kendi cinsi olabileceği gibi karşı cins de olabilmektedir) çekimi olarak (Heteroseksüellik, eşcinsellik, biseksüellik gibi) tanımlanırken, *cinsel rol*; kişinin bireyin cinsel açıdan sergilediği davranışlarının toplumsal görünümünü ifade etmektedir (Keskin ve diğ., 2015: 436-437). 1900’lerden itibaren günümüzde yaygın olarak bilinen ve heteroseksüel dışındaki cinsel yönelimleri ifade eden “lezbiyen”, “gey”, “biseksüel” ve “transseksüel” kelimelerinin baş harflerinin bir araya gelmesiyle oluşan LGBT kısaltması kullanılmaktadır.

Kimi kaynaklarda bu kısaltma GLBT (gey, lezbiyen, biseksüel, transseksüel), kimi kaynaklarda ise bu kısaltmaya “insterseksüel” kavramının eklenmesiyle oluşan LGBTI, kimilerinde ise “travseti” kavramının baş harfinin eklenmesiyle oluşan LGBTT kısaltması karşımıza çıkmaktadır (Yeşiltepe, 2015: 7). Buna göre *eşcinsel*; cinsel ve duygusal olarak kendi cinsine ilgi duyan bireyler eşcinsel olarak tanımlanır. Bir tercih durumu olan eşcinsellikte birey karşı cinsi değil kendi cinsini veya her iki cinsi birden tercih etmektedir. Erkek eşcinseller *gey*, kadın eşcinsellere ise *lezbiyen* olarak tanımlanır. Hem kadın hem erke cinse ilgi duyan bireyler ise *biseksüel* olarak tanımlanır. Kendisini doğduğu cinsiyete ait hissetmeyen ve ileri yaşlarda kendisini karşı cinse daha yakın hissedenden bireyler *transseksüel* olarak tanımlanır ve transseksüellerin cinsiyet bilinci doğuştan sahip olduğu cinsiyetten farklıdır. Transseksüeller arzu ettiklerinde çeşitli cerrahi operasyonlar ile kendilerini ait hissettikleri cinsiyete sahip olabilmektedirler. *Transgender* (transcendır olarak okunur) kavramı kendisini biyolojik cinsiyete ait hissetmeyen bireyler kapsamaktadır ve transseksüel ve travesti kavramları transgender kavramı kapsamında yer almaktadır. *İnterseksüel*, bir bireyin hem erkeksi hem de kadınsı cinsiyet özelliklerine sahip olması durumudur (<http://hthayat.haberturk.com/yasam/guncel/haber/1035229-lgbti-sozlugu>). 1980’li yıllarda eşcinsel erkekleri aşağılamak amacıyla kullanılan *queer* kavramı Türkçe’de “garip, tuhaf, yamuk” anlamlarına gelmektedir. 1990’lı yılların başında heteroseksüel cinsiyet anlayışı dışında kalan gey, lezbiyen, travesti, transseksüel, biseksüel, interseksüel bireyler tarafından aşağılayıcı anlamları ile birlikte benimsenmiş olan kavram, heteroseksüel matrisin dayattığı ikili kimlik (sadece kadın ve erkek) dışında kalanları ve onların eşit hak mücadelesini ifade etmeye başlamıştır (Öztürk, 2011: 5). *Travesti*, dış görünüşü ile karşı cinse ait olma isteğinde olan erkekler akla gelse de aynı kavram karşı cinse ait olma isteğine sahip kadınlar için de kullanılmaktadır. Duygusal ve cinsel olarak karşı cinse ilgi duyan bireyler *heteroseksüel* olarak tanımlanır. *Heteronormativite*, heteroseksüelliğin dışında bir cinsel yönelimin varlığının kabul edilmediği ve toplumsal değerlerin, kuralların ve yaşam biçimlerinin toplumu oluşturan her bireyi heteroseksüel olarak kabul eden anlayıştır. Bir başka ifade ile evliliğin ve cinsel ilişkilerin sadece karşı cins bireylerle yapılabileceğini ve her cinsin kendine özgü rollerinin olduğunu iddia eden inanç, düşünce ve normlar bütünüdür. *Heteroseksizm*, heteroseksüelliğin hayatta kalmak ve yaşamak için tek alternatif olduğunu varsayan sistemdir. *Homofobi*, heteroseksüel cinsel yönelim dışındaki bireyler dışındaki lezbiyen, gey, biseksüel veya transgender bireylerden korkma, hoşlanmama veya nefret etme sonucunda ortaya çıkan ayrımcılıktır. Homofobi kapsamında yer alan *geyfobi*, gey bireylerden korkma, hoşlanmama veya nefret etme; *lezfobi*, lezbiyen bireylerden korkma, hoşlanmama veya nefret etme; *bifobi*, biseksüel bireylerden korkma, hoşlanmama veya nefret etme; *transfobi*, travesti ve transseksüel bireylerden korkma, hoşlanmama veya nefret etme sonucunda ortaya çıkan ayrımcılığı ifade etmektedir (<https://gaiadergi.com/toplumsal-farkindalik-lgbti/>).

## 2. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE LGBT

Eşcinselliğin her kültürde aynı şekilde tezahür etmemiş olması nedeniyle eşcinsellere bakış açısının da kültürden kültüre farklılık göstermesine neden olmuştur. Bir başka ifadeyle eşcinsellik, kimi toplumlarda ayıplanan bir durum kimilerinde ise zorunlu olarak katılmayı gerektiren bir durum olmuştur. Ancak tarihi süreç içinde kültürlerin eşcinselliğe bakışında da değişimler yaşanmıştır. Örneğin Antik Yunan’da eşcinsellik o dönemdeki tabiriyle oğlancılık, “topluma kabul edilme kuralı” olarak kabul edilmiştir. Bu durum ise “erişkin erkeğin gence spermeleri ile erkeklik aktarması” olarak açıklanmıştır. Buna karşın özgür bir erkeğin edilgin olan tüm davranışları Romalılar’da edepsizlik olarak kabul edilmiştir (Quignard, 2001: 14-16). Batılı ülkelerde yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıktığı 1960’lı yıllar eşcinsellerin eşit hak ve özgürlük taleplerinin başladığı yıllardır (Hatipoğlu, 2015: 65). Geçen zaman içinde LGBT+ bireyler talep ettikleri hakları elde etmeye başlamışlardır. Bu hakların en başında, eşcinselliğin suç olmaktan çıkarılması yer almaktadır. Avrupa ülkeleri arasında Fransa 1791 yılında eşcinselliği suç olmaktan çıkaran ilk ülke olmuştur. Brezilya 1830, Meksika 1871, Rusya 1917, Polonya 1932, İsviçre 1942, İngiltere 2003, İspanya 1979, Avusturalya 1997, ABD 2003 yılında eşcinselliği suç olmaktan çıkarmıştır (<https://www.gaystarnews.com>).

LGBT bireylerin elde ettikleri bir diğer önemli hak ise eşcinsel evliliklerin yasal olarak kabul edilmesidir. Eşcinsel evliliklerin yasal kabul edildiği ülkeler ve kabul edildiği yıllar şunlardır; Arjantin 2010, Avusturalya, 2017, Belçika, 2003, Brezilya 2013, Kanada 2005, Kolombiya 2016, Danimarka 2013, İngiltere/Wales 2013, Finlandiya 2015, Fransa 2013, Almanya 2017, Grönland 2015, İzlanda 2010, İrlanda 2015, Lüksemburg 2014, Malta 2017, Uruguay 2013, Hollanda 2000, Yeni Zelanda 2013, Norveç 2008, Portekiz 2010, İskoçya 2014, Güney Afrika 2006, İspanya 2005, ABD 2015, İsveç 2009, Meksika 2009 yılında eşcinsel evliliği yasal olarak kabul etmiştir (<http://www.pewforum.org>).

LGBT+ bireylerin varlığını kabul edip onların haklarını genişleten ve bunu da yasalarla güvence altına alan ülkeler olduğu gibi eşcinselliği suç sayan ve bunun için çeşitli cezalar uygulayan çok sayıda ülke vardır. Eşcinsellik suç sayıldığı ülkeler ve cezalar şu şekildedir, Afganistan; uzun dönem hapis cezası, Cezayir; para cezası ve 3 yıla kadar hapis cezası, Angola; para ve hapis cezası, Antigua ve Barbuda; 15 yıla kadar hapis cezası, Bangladeş; para cezası ve 10 yıla kadar hapis cezası, Barbados; ömür boyu hapis cezası, Belize; 10 yıla kadar hapis cezası, Butan; 1 ay ile 1 yıl arasında değişen hapis cezası, Brunei; para cezası ve 10 yıla kadar hapis cezası, Botsvana; 5 yıla kadar hapis cezası, Burundi, para cezası ve 5 yıla kadar hapis cezası, Kamerun, para cezası ve 5 yıla kadar hapis cezası, Komoros; para cezası ve 5 yıla kadar hapis cezası, Dominika; 25 yıla kadar hapis cezası ve psikolojik tedavi, Eritre; 3 yıla kadar hapis cezası, Etiyopya; 1 yıldan 10 yıla kadar hapis cezası, Gambiya; 14 yıla kadar hapis cezası, Gana; 5 ile 25 yıl arasında değişen hapis cezası, Grenada; 10 yıla kadar hapis cezası, Gine; para cezası ve 3 ay ile 3 yıl arasında değişen hapis cezası, Guyana; 2 yıl ile ömür boyu arasında hapis cezası, Jamaika; 10 yıla kadar hapis cezası, İran; ölüm cezası, Kenya; 14 ile 21 yıl arasında değişen hapis cezası, Kiribati; 14 yıla kadar hapis cezası, Kuveyt; 7 yıla kadar hapis cezası, Lübnan; 1 yıla kadar hapis cezası, Liberya; 1 yıla kadar hapis cezası, Libya; 5 yıla kadar hapis cezası, Malavi; 14 yıla kadar hapis ve dayak cezası, Malezya; 20 yıla kadar hapis ve olası kırbaç cezası, Maldivler; kadınlar için ev hapsi erkekler için sürgün veya kırbaç cezası, Moritanya; halk tarafından taşlanarak ölüm cezası, Moritus; erkekler için 5 yıla kadar hapis cezası

lezbiyenlik yasal olarak kabul edilmiştir, Fas; 6 ay ile 3 yıl arasında değişen hapis cezası, Mozambik; şartlı salıverme veya çiftliklerde zorunlu olarak 6 ay ile 3 yıl çalışma cezası, Myanmar; para cezası ve 10 yıla kadar hapis cezası, Namibya; belirsiz süre hapis cezası, Nauru; 14 yıla kadar ağır işlerde çalışma cezası, Nijerya; erkekler için ölüm cezası, kadınlar için kırbaç ve/veya hapis cezası, Umman; 6 aydan 3 yıla kadar hapis cezası, Pakistan; 2 yıl ile 10 yıl arası hapis cezası, Palau; 10 yıla kadar hapis cezası, Papua Yeni Gine; 14 yıla kadar hapis cezası, Katar; 7 yıla kadar hapis cezası (Müslümanlar için dayak veya ölüm cezası), Samoa; 7 yıla kadar hapis cezası, Sao Tome ve Principe; ağır işte çalışma cezası, Suudi Arabistan; sürgün, kırbaç veya halk tarafından taşlanarak ölüm cezası, Senegal; para cezası ve 1 ile 5 yıl arası hapis cezası, Şeyheler; 14 yıla kadar hapis cezası, Sierra Leone; ömür boyu hapis cezası, Singapur; erkekler 2 yıla kadar hapis, lezbiyenlik suç sayılmıyor, Solomon Adaları; 14 yıla kadar hapis cezası, Somali; halk tarafından taşlanarak ölüm cezası, Güney Sudan; para cezası ve 10 yıla kadar hapis cezası, Sri Lanka; para cezası ve 10 yıla kadar hapis cezası, Saint Kitse ve Nevis; 10 yıla kadar hapis ve muhtemel ağır işte çalışma cezası, Saint Lucia; 10 yıla kadar hapis cezası, Vincent ve Grenadinler; 10 yıla kadar hapis cezası, Sudan; 5 yıl ile ömür boyu hapis cezası, kırbaçlanma ve/veya ölüm cezası, Svaziland; para cezası ve 2 yıla kadar hapis cezası, Suriye; 3 yıla kadar hapis cezası, Tanzania; 20 yıl ile ömür arasında değişen hapis cezası, Togo; para cezası ve 1 ile 3 yıl arasında hapis cezası, Tonga; 10 yıla kadar hapis cezası, bazı durumlarda kırbaç cezası, Trinidad ve Tobago; 25 yıla kadar hapis cezası, Tunus; erkeler için 3 yıla kadar hapis cezası, lezbiyenlik suç sayılmamakta, Tuvalu; 14 yıla kadar hapis cezası, Türkmenistan; erkekler için 5 yıla kadar hapis cezası, Uganda; 14 yıldan ömür boyu hapse kadar değişen ceza, Birleşik Arap Emirlikleri; çeşitli cezaların yanı sıra muhtemel ölüm cezası, Özbekistan; erkekler için 3 yıla kadar hapis cezası, Yemen; 7 yıla kadar hapis cezası, 100 kırbaç veya cinsiyete ve duruma göre taşlanarak ölüm cezası, Zambiya; 15 yıldan ömür boyu hapse kadar değişen ceza, Zimbabwe; erkeler için 5 yıla kadar hapis cezası (ILGA, 2014). Bu ülkelere LGBT+ bireylerin turistik amaçlı ziyaretleri söz konusu olabilir ancak bunu cinsel kimliklerini açık edecek bir biçimde gerçekleştirmeleri beklenemez.

Dini ritüeller, örf, adet ve ananeler geleneksel Türk aile yapısını ve toplum yapısını şekillendiren önemli unsurlardır. Din çerçevesinden bakıldığında; Musevilik ve Hristiyanlıkta olduğu gibi İslam dininde de eşcinselliğin yasaklanmış olması birçok toplumda olduğu gibi Türkiye’de LGBT+ bireylere karşı önyargıların varlığı söz konusudur. Cinsel yönelimleri nedeniyle bazı LGBT+ bireyler toplumsal baskıya maruz kalmakta, aileleri ve arkadaşları tarafından dışlanmakta, işlerini kaybetmekte ve toplum tarafından sergilenen düşmanca davranışlara maruz kalmaktadırlar. Karşı karşıya kaldıkları negatif tutum ve davranışlar nedeniyle Türkiye’de birçok LGBT+ birey cinsel kimliklerini açıklamaktan kaçınmaktadır (Güney ve diğ., 2004: 134). LGBT+ bireyler ile ilgili yapılan akademik çalışmalardan elde edilen sonuçlar dikkate alındığında Türk toplumunun genel anlamda LGTB+ bireylere karşı ötekileştirici bir tutum içinde olduğu söylenebilir. Yılmaz ve Göçmen’in 2015 yılında yaptıkları “Türkiye’de Lezbiyen, Gey, Biseksüel ve Trans (LGBT) Bireylerin Sosyal ve Ekonomik Sorunları” isimli araştırmalarında LGBT+ bireylerin özellikle çalışma, toplumsal hayata katılım, iş ortamında, hukuk ve adalete erişim konularında çeşitli ayrımcılıklara ve tacizlere maruz kaldıklarını ortaya koymuşlardır. Yeşiltepe’nin 2015 yılında “Lezbiyen Gey Biseksüel Trans (Lgbt) Bireyler ve Hasta Hakları” ile ilgili çalışmasında araştırmaya katılan LGBT bireylerin sağlık hizmetlerinden yararlanma konusunda negatif ayrımcılığa maruz

kaldıkları sonucuna ulaşmıştır. Şahin ve Bilgiç'in 2016 yılında "Toplumda Eşcinsellere Yönelik Tutumlar ve Lezbiyen Kadınlarda Sağlık Eşitsizliği" başlıklı çalışmalarında lezbiyen kadınların sağlık hizmetlerinden yararlanma konusunda ayrımcılığa maruz kaldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Güney ve arkadaşlarının 2004 yılında "Üniversite Öğrencilerinin Eşcinsellik Konusundaki Görüşlerinin İncelenmesi" başlıklı araştırmalarında üniversite öğrencilerinin LGBT+ bireylere karşı olumsuz algıya sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Türkiye'de heteroseksüel olmadığı bilinen ünlülerin diğer LGBT+ bireylerin yaşadıkları ayrımcılığa maruz kalmamaları ironik bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Sakallı ve Uğurlu'nun LGBT+ bireylere yönelik olarak yaptıkları çalışmalarda lezbiyen (2001) ve geyler (2002) ile karşılıklı olarak gerçekleştirilen diyaloglar neticesinde heteroseksüel bireylerin eşcinsellere yönelik negatif algılarında azalma olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bugün LGBT+ bireyler bir araya gelerek Türkiye'nin birçok ilinde LGBT+ dayanışma dernekleri kurmuş hatta bu derneklerden 1993 yılında İstanbul'da kurulan Lambda 2006 yılında, 1994 yılında Ankara'da kurulmuş olan Kaos LG 2005 yılında, 2001 yılında İzmir'de kurulan Siyah Pembe Üçgen ise 2009 yılında tüzel kişiliğe kavuşmuşlardır. LGBT+ dayanışma derneklerinin yanı sıra sosyal medyada birçok topluluk ve gruplar bulunmaktadır. LGBT+ bireyler için rehber niteliğindeki [www.turkeygay.net](http://www.turkeygay.net); LGBT+ bireyler ile ilgili araştırma ve yayınların yer aldığı [www.escinsellik.net](http://www.escinsellik.net); gey, biseksüel ve lezbiyen kelimelerinin ilk iki harflerinin bir araya gelmesiyle oluşan ve LGBT+ bireylerin bir araya geldikleri ve paylaşımında bulundukları [www.gabile.com](http://www.gabile.com) gibi birçok sosyal paylaşım platformunda toplum baskısından uzak bir şekilde bir araya gelebilmektedirler. Ayrıca günümüzde birçok üniversitede LGBT öğrenci örgütlenmeleri bulunmaktadır. Bunlar; Boğaziçi Üniversitesi LBTT Topluluğu (luBUnya), İstanbul Üniversitesi LBTT Topluluğu (RADAR), Sabancı Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Topluluğu (Cins Kulüp), İstanbul Bilgi Üniversitesi LGBT Topluluğu (Bilgi Gökkuşluğu), ODTÜ LBTT Dayanışması (ODTÜLBTT), Yıldız Teknik Üniversitesi LGBT Topluluğu, Ege Üniversitesi LGBT Oluşumu (LeGeBiT), Selçuk Üniversitesi Gay ve Lezbiyen Kulübü, Mimar Sinan Üniversitesi Cinsel Yönelim Eşitliği Topluluğu (Flu Baykuş) ([www.siyahucgen.com](http://www.siyahucgen.com)). Türkiye'de LGBT+ bireylere karşı olumsuz algı ve davranışların azalması yönünde ümit verici bu gelişmeler sayesinde yakın gelecekte Türkiye'nin Pembe Turizm pazarından hak ettiği geliri elde etmesine katkı sağlayacağı düşünülebilir.

### 3. "PEMBE" TURİZM KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI

İnsanların temel haklarından birisi olan seyahat etme özgürlüğü ulusal ve uluslararası yasal düzenlemeler ile korunmaktadır. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 13. Maddesinde seyahat özgürlüğü şöyle ifade edilmiştir: *"Herkesin bir devletin toprakları üzerinde serbestçe dolaşma ve oturma hakkı vardır. Herkes, kendi ülkesi de dahil olmak üzere, herhangi bir ülkeden ayrılmak ve ülkesine yeniden dönmek hakkına sahiptir"* (Demirdelen ve Odman: 2017: 483). T.C. Anayasası'nın "Yerleşme ve Seyahat Hürriyeti" başlığı altındaki 23. maddesi: *"Herkes, yerleşme ve seyahat hürriyetine sahiptir. Yerleşme hürriyeti, suç işlenmesini önlemek, sosyal ve ekonomik gelişmeyi sağlamak, sağlıklı ve düzenli kentleşmeyi gerçekleştirmek ve kamu mallarını korumak; Seyahat hürriyeti, suç soruşturma ve kovuşturması sebebiyle ve suç işlenmesini önlemek; Amaçlarıyla kanunla sınırlanabilir. (Değişik: 3/10/2001-4709/8 md.; Değişik: 12/9/2010-5982/3 md.) Vatandaşın yurt dışına*

*çıkma hürriyeti, ancak suç soruşturması veya kovuşturması sebebiyle hâkim kararına bağlı olarak sınırlanabilir. Vatandaş sınır dışı edilemez ve yurda girme hakkından yoksun bırakılamaz.”* ([https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa\\_2011.pdf](https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf)). Buradan hareketle heteroseksüellik dışında cinsel yönelimlere sahip bireylerin yasal çerçeve dâhilinde diğer tüm insanlar gibi seyahat etme özgürlüğüne sahip oldukları söylenebilir.

LGBT+ bireylerin turistik amaçlı seyahatleri 1990’lı yıllarda turizm sektöründe yeni bir niş pazarın ortaya çıkmasına neden olmuştur. LGBT (Gey, Lezbiyen, Biseksüel, Transseksüel) turizmi olarak da adlandırılan “Pembe turizm” son yıllarda turizm araştırmacılarının ve pazarlamacıların dikkatini çekmeye başlamıştır. Heteroseksüel cinsel yönelimler dışında tercihlere sahip olan gey, lezbiyen, biseksüel ve transseksüel (LGBT+) bireylerin katıldıkları turizm aktivitelerini ifade eden “pembe turizm” kavramını literatüre kazandıran Huhges (2006: 2), gey ve lezbiyenlerin harcama gücünü ifade etmek için “pembe dolar” ve “pembe pound” gibi kavramların yaygın bir biçimde kullanılmasından yola çıkarak gey ve lezbiyenlerin katıldıkları turizm faaliyetlerini ifade etmek için “pembe turizm” kavramını kullanmıştır. Ancak bugün Pembe Turizm, “Pembe Dolar” ve “Pembe Pound” olarak kullanılan kavramları niteleyen “pembe” sıfatının kullanılması Nazi Almanyası’na kadar uzanmaktadır. Nazi Almanyası’nda toplama kampı dışındaki Yahudiler kollarına üzerinde “sarı yıldız” olan kol bantları takmak zorundayken, toplama kamplarında bulunanlar ise işledikleri suçu ifade eden renklerde üçgenler bulunan hapishane kıyafeti giymek zorundaydılar. Buna göre; siyasi suçluların hapishane kıyafetlerinde “kırmızı üçgen”, adi suçlular “yeşil üçgen”, anti-sosyaller “siyah üçgen” ve Yehova’nın Şahitleri “mor üçgen”, eşcinseller ise “pembe üçgen” taşıyan hapishane elbisesi giymekteydiler (Rokakis, 2013: 17). Hughes (2006)’in, LGBT+ bireylerin turistik amaçlı seyahatlerini “pembe turizm” olarak adlandırması Nazilerin eşcinselleri ayırt etmek için kullandıkları üçgenin renginin “pembe” olması ile açıklanabilir.

Bugün ise “pembe” renk yerini sekiz farklı bünyesinde toplayan “gökkuşağı bayrağı”na bırakmıştır. Gökkuşağı bayrağı, dünyanın tüm ülkelerinde yaşayan LGBT+ bireyleri bir başka ifade ile cinsel azınlıklar tarafından benimsenmiş ve LGBT+ aktivitelerinde bu bayrağı kullanmaya başlamışlardır. Gökkuşağı bayrağı bir uyuşturucu bağımlısı bir Vietnam gazisi olan Gilbert Baker tarafından tasarlanmıştır. Bayraktaki farklı renkler LGBT+ bireylerin farklı ırk, ulus, yaş, cinsiyet ve cinsel yönelimlere sahip olmalarını temsil etmesinin yanı sıra bu farklılıkların birlikteliğini ifade etmektedir. Orijinal bayrakte her biri farklı anlama gelen toplam sekiz renk bulunmaktadır. Bu renkler sırasıyla pembe renk, cinsiyeti; kırmızı renk, hayatı, turuncu renk, sağlığı; sarı renk, güneş ışığını; yeşil renk, doğayı; çivit rengi, ahengi; menekşe rengi ise ruhu temsil etmektedir (<http://www.history.com>).

“Seyahat ve Turizm” misafirperverlik ile yakından ilişkilidir. İnsanlar eğlenmek, dinlenmek, yeni yerler görmek, yeni insanlarla tanışmak, farklı lezzetleri tatmak gibi çok farklı amaçlarla seyahat etmektedirler. LGBT+ bireyler için de durum aynıdır. LGBT+ bireylerin turistik amaçlı seyahatleri akademik çalışmalara konu olmaya başladıktan sonra konu ile ilgili çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bu kavramlardan birisi olan “homoseksüel turizmi”; nispeten daha dar bir bakış açısıyla homoseksüellerin yaşadıkları yerde yaşamadıkları duygusal ve cinsel özgürlüğü daha fazla yaşamak için yaptıkları seyahate odaklanmaktadır.



Homoseksüel erkeklerin 18. yüzyılda Kuzey Avrupa ülkelerinden Akdeniz ülkelerine yolculuk etmeleri homoseksüel turizme verilebilecek bir örnektir. Homoseksüel turizmine göre daha yeni ve kapsamlı bir kavram olan ve literatürde bazen LGBT+ turizminin yerine kullanılan Gey turizmi; gey ve lezbiyenlerin sadece duygusal ve cinsel özgürlük boyutuna değil aynı zamanda etkileşim içinde bulundukları sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve sağlık boyutlarını da dikkate almaktadır. Dolayısıyla gey turizmi ağırlıklı olarak gey ve lezbiyenlerin Avrupa ve Amerika ülkelerindeki kentsel yaşam alanlarına ve gerçekleştirilen etkinliklere odaklanmanın yanı sıra LGBT+ Onur festivallerine de kapsamaktadır (Southall ve Fallon, 2011: 221-222). Esomba, (2012: 33) gey, lezbiyen, biseksüel veya transseksüel bireylerin, cinsel kimlik veya cinsel yönelimleri açık veya kapalı biçimde turistik amaçlı seyahatlerini “Gey Turizmi” veya “LGBT+ Turizmi” olarak tanımlamıştır. LGBT+ turizmi ile ilgili en güncel tanım ise IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association) tarafından yapılmıştır. Buna göre, LGBT+ turizmi, turizm ürünlerinin ve hizmetlerinin gey, lezbiyen, biseksüel ya da transseksüel bireyler için geliştirilmesini ve pazarlanmasını ifade etmektedir. Bazı ürünler ve hizmetler LGBT+ bireylerin düşüncelerine göre tasarlanır. Eşcinseller için balayı ve düğün törenleri veya eşcinsel çiftler için konaklama veya özel turlar bu ürünlere veya hizmetlere verilebilecek örnekler arasındadır (UNWTO, 2017: 14).

#### 4. PEMBE TURİZM MOTİVASYONU

Son 30 yılı aşkın bir süredir pembe turizm alanında faaliyet gösteren Uluslararası Gey ve Lezbiyen Seyahat Birliği başkanı ve CEO’su John Tanzella’ya göre, LGBT+ bireylerin turizm amaçlı seyahatlerinin temelinde, kendileri olabilecekleri yer arayışı yer almaktadır Pritchard ve arkadaşlarına (1998: 273) göre bu durum bugün önemi artan Pembe Turizmin çıkış noktasını oluşturmaktadır. LGBT bireylerin turistik amaçlı seyahatleri ise yeni bir durum değildir ancak pembe turizmin araştırmalara konu olmaya başlaması yeni bir durumdur. Tanzella’ LGBT+ bireylerin oluşturduğu pazarı tanımlarken, LGBT+ pazarının tüm pazara uyan tek bir boyut olmadığını kabul etmenin önemli olduğunu çünkü LGBT+ bireylerin de heteroseksüel bireyler gibi kültür, mutfak, alışveriş, spor, macera gibi çok çeşitli amaçlarla tek, grup halinde, çift olarak veya ailece seyahat ettiklerini belirtmiştir. Ancak heteroseksüel bireylerden farklı olarak tek ihtiyaçlarının hoşgörü ve emniyette hissetmek olduğunu vurgulamıştır (PATA, 2016: 2).

John Tanzella’nın görüşlerini destekleyen Hughes (2005: 58) çalışmasında, LGBT+ bireyler de heteroseksüel bireyler gibi yeni yerleri görme, yeni insanlarla tanışma, dinlenme, eğlenme gibi ortak amaçlarla turistik seyahatler yapmalarına rağmen sadece eşcinseller için geçerli olabilecek itme ve çekme motivasyon faktörlerinden bahsetmiştir. Burada sadece eşcinseller kapsayan itme ve çekme faktörlerinin heteroseksüel bireyler dışında cinsel yönelime sahip bireyler için de geçerli olduğu söylenebilir.

##### *İtme faktörleri;*

a) Kaçınmak, bilinmemek: Eşcinsel bireylerin içinde yaşadıkları heteronormatif toplumun beklentileri nedeniyle günlük yaşantılarında kendilerini sürekli kontrol etmek zorundadır. Dolayısıyla yaşadıkları çevre dışına seyahat etmek, eşcinsel bireyler için özgürlük anlamına gelmektedir (Hugh, 1997: 4).

b) Cinsel kimlik: Heteronormatif bir toplumda yaşayan eşcinseller, cinsel kimliklerini besleyebilecekleri ve anlamlandırabilecekleri destinasyonları sık sık ziyaret etmektedirler. Böylece boş zaman aktiviteleri ve tatil eşcinsellere sosyal sınırlandırma ve tahammülsüzlükten kaçarak diğer eşcinsellerle sosyalleşme cinsel kimliğini anlamlandırma ve yaşama olanağı sağlamaktadır (Hughes, 2005: 59).

c) Sex: Heterosksüel bireylere nazaran eşcinsel bireyler özellikle geyler, tatilde seks yapma konusunda büyük beklenti içindedirler çünkü yaşadığı yerde cinsel kimliğini gizli tutmak zorunda olan eşcinseller seks yapma için seyahat etmek bir çıkış yoludur. Kimi eşcinseller için seyahatin tek amacı seks olurken, kimileri için sadece olasılıktan ibarettir (Monterrubio, 2007: 58).

### ***Çekme faktörleri:***

a) Eşcinsel dostluğu: Eşcinseller, yaşadıkları yerde azınlığın bir parçası durumunda olabilirken, seyahat ettikleri “eşcinsel dostu” destinasyonlarda ise çoğunluğun bir parçası durumundadır. Turizm sektöründe ağırlık heteroseksüel bireylere yönelik olduğundan eşcinsellerin destinasyon seçiminde “eşcinsel dostu” bir başka ifade ile gey ve lezbiyenleri cinsel yönelimlerini açıkça sergileyebildikleri, saldırı veya aşağılanmaya maruz kalmayacaklarından emin oldukları homoseksüelitenin kabul gördüğü destinasyonlar önem kazanmaktadır (Pritchard ve diğ., 2000: 269).

b) Eşcinsel etkinlikleri: Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde her yıl “Eşcinsel Onur Yürüyüşü” düzenlenmektedir. Eşcinsel Onur Yürüyüşü kapsamında gerçekleştirilen çeşitli etkinlik ve festivallere katılımcı sayısı ile ilgili polis ve organizatörlerden alınan resmi kayıtlara göre; São Paulo Pride Parade (2006) - 3 milyon kişi, Madrid Europride Festival (2007)- 2.3 milyon kişi, New York City Pride Parade (2016) - 2 milyon kişi, San Francisco Pride Parade (2014) - 1.7 milyon kişi, New York City Pride Parade (2015) - 1.6 milyon kişi, Cologne Europride Parade (2002) - 1.4 milyon kişi, Toronto Pride Festival (2012) - 1.2 milyon kişi, Madrid National Pride (2012) - 1.2 milyon kişidir (<https://www.gaystarnews.com/article/surprising-lgbti-stats-facts/#gs.XHBtOi8>). Eşcinsel Onur Yürüyüşü’nün yanı sıra LGBT+ bireylerin katıldığı sportif faaliyetleri kapsayan “Eşcinsel Oyunları” 2010 yılında Cologne, Almanya’da ve “Outgames” 2009 yılında Kopenhag, Danimarka’da gerçekleştirilmiştir (Enguix, 2009: 18). Heteroseksüellik dışında cinsel yönelime sahip bireyler söz konusu bu etkinliklere katılmak suretiyle kendilerini cinsel yönelimleri temelinde yargılamayan insanlar arasında bulunmakta böylece heteroseksist dünyadan uzaklaşarak toplumun bir parçası olmaktadır. Eşcinsel etkinliklerin yarattığı toplum ve kaynaşma hissi katılımcılara toplum içinde partnerlerine olan duygularını güvenli bir biçimde ifade etme fırsatını da sunmaktadır (Getz, 2008: 415).

Clift ve Forrest (1999: 615), geylerin seyahat motivasyonlarını “gey sosyal yaşamı ve seks”, “kültür ve görülmeye değer yerler” ve “konfor ve rahatlama” olmak üzere üç boyutta tanımlamışlardır. Yaptıkları çalışma sonucunda sahip oldukları seyahat motivasyonuna göre geylerin farklı destinasyonlara seyahat ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Buna göre; eşcinsel hoşgörüsü ile ün kazanmış olan İspanya’da Büyük Kanaraya Adası ve Ibiza, Yunanistan’da Mikonos Adası gibi Güney Avrupa destinasyonlarını tercih eden geylerin seyahat motivasyonlarını “gey sosyal yaşam ve seks” oluştururken, Amsterdam, Paris, Prag gibi Avrupa şehirlerini ve Sahra altı Afrika ve Avustralya’yı ziyaret edenlerin seyahat amaçlarını ise “kültür ve görülmeye değer yerler” oluşturmaktadır (Clift and Forrest, 1999: 622).

## 5. DÜNYA'DA PEMBE NÜFUS VE PEMBE EKONOMİ, PEMBE TURİZM EKONOMİSİ

Cinsel yönelimlerinden sebebiyle toplumsal baskıya maruz kalma endişesi LGBT+ bireyleri birçok ülkede heteroseksüel bireyler gibi yaşamaya zorlamaktadır. Bu nedenle birçok ülkede dolayısıyla dünyadaki LGBT+ nüfusu (pembe nüfus), LGBT+ nüfusun ekonomik boyutu (pembe ekonomi) ve LGBT+ bireylerin turizm amaçlı harcamaları ile ilgili olarak literatürde kesin bilgi yer almamaktadır. Pembe turizm alanında ve LGBT+ bireylerin turizm harcamaları ile ilgili araştırmalar yapan World Travel Market (WTM) ve Out Now Global danışmanlık şirketlerinin ortaklaşa yürüttükleri “Out Now Global LBGT 2020” araştırmasının 2013 yılındaki sonucunda göre LGBT+ bireylerin potansiyel küresel seyahat ve turizm harcamalarının \$181 milyar olduğunu açıklamışlardır. LGBT+ bireylerin yıllık turizm ve seyahat harcamaları araştırmada yer alan bazı ülkelere göre şu şekildedir; Arjantin’de \$3.9 milyar, Avustralya’da \$5.6 milyar, Brezilya’da \$22.9 milyar, Kanada’da \$6 milyar, Fransa’da \$10.2 milyar, Almanya’da \$12.1 milyar, Hindistan’da \$3.2 milyar, İtalya’da \$8.5 milyar, İsrail’de \$1.1 milyar, İspanya’da \$6.2 milyar, Japonya’da \$18.5 milyar, Meksika’nın \$9.2 milyar, Hollanda’nın \$2.7 milyar, Polonya’nın \$3.8 milyar, Türkiye’nin \$5.1 milyar, Birleşik Krallık \$9.2 milyar, Amerika’nın \$52,3 milyar. (<http://www.outnowconsulting.com/latest-updates/press-centre/wtm2012>).

LGBT+ bireylerin nüfus, alım gücü ve turizm harcamalarıyla ilgili olarak LGBT Capital’in yapmış olduğu ve 2016 yılında sonuçlarını açıkladığı araştırmadan derlenen tahmini değerlere yer verilmiştir. Bu verilere göre dünyada tahmini LGBT+ nüfusu 480 milyondur. LGBT+ bireylerin tahmini alım gücü ise \$5.4 trilyon, seyahat ve turizm harcamalarının toplamı ise \$81.9’ milyardır. Elbette Tablo 1’de yer alan ülkeler LGBT+ bireylerin cinsel kimliklerini gizli tutmak zorunda kalmadıkları ülkelerden oluşmaktadır. Ancak eşcinselliğin hoş görülmediği hatta suç sayıldığı ülkelerde sosyal baskı sonucu cinsel kimliklerini gizli tutmak zorunda kalan bireylerin de varlığı düşünüldüğünde Tablo 1’de yer alan toplam değerlerin daha fazla olacağı aşikârdır.

**Tablo 1: Dünyadaki LGBT+ Nüfusu, Alım Gücü, Turizm Harcamaları**

| <b>Ülke/Bölge</b>       | <b>Tahmini LGBT+ Nüfusu</b> | <b>LGBT+ Tahmini Alım Gücü</b> | <b>LGBT+ Tahmini Turizm Harcamaları</b> |
|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Çin</b>              | 90 Milyon                   | \$938 Milyar                   | \$5.7 Milyar                            |
| <b>Hong Kong</b>        | 475.000                     | \$22 Milyar                    | \$4.6 Milyar                            |
| <b>Hindistan</b>        | 84 Milyon                   | \$389 Milyar                   | \$2.1 Milyar                            |
| <b>Japonya</b>          | 8.2 Milyon                  | \$255 Milyar                   | \$2.1 Milyar                            |
| <b>Singapur</b>         | 360.000                     | \$25 Milyar                    | \$1.9 Milyar                            |
| <b>Tayland</b>          | 4.2 Milyon                  | \$50 Milyar                    | \$4.2 Milyar                            |
| <b>Fransa</b>           | 4.3 Milyon                  | \$141 Milyar                   | \$6.7 Milyar                            |
| <b>Almanya</b>          | 5.3 Milyon                  | \$205 Milyar                   | \$5.6 Milyar                            |
| <b>Hollanda</b>         | 1.1 Milyon                  | \$43 Milyar                    | \$1.5 Milyar                            |
| <b>İrlanda</b>          | 310.000                     | \$13 Milyar                    | \$1.1 Milyar                            |
| <b>İtalya</b>           | 4 Milyon                    | \$113 Milyar                   | \$4.6 Milyar                            |
| <b>Polonya</b>          | 2.5 Milyon                  | \$52 Milyar                    | \$1.2 Milyar                            |
| <b>İspanya</b>          | 3 Milyon                    | \$84 Milyar                    | \$6.5 Milyar                            |
| <b>Birleşik Krallık</b> | 4.2 Milyon                  | \$143 Milyar                   | \$6.3 Milyar                            |
| <b>Kanada</b>           | 2.4 Milyon                  | \$ Milyar                      | \$1.8 Milyar                            |
| <b>Meksika</b>          | 8 Milyon                    | \$116 Milyar                   | \$1.7 Milyar                            |
| <b>Amerika</b>          | 21.1 Milyon                 | \$965 Milyar                   | \$22.1 Milyar                           |
| <b>Arjantin</b>         | 2.8 Milyon                  | \$51 Milyar                    | \$0.5 Milyar                            |
| <b>Brezilya</b>         | 13.4 Milyon                 | \$161 Milyar                   | \$0.7 Milyar                            |
| <b>Şili</b>             | 1.2 Milyon                  | \$22 Milyar                    | \$0.3 Milyar                            |
| <b>Kolombiya</b>        | 3.2 Milyon                  | \$35 Milyar                    | \$0.5 Milyar                            |
| <b>Uruguay</b>          | 225.000                     | \$4 Milyar                     | \$0.2 Milyar                            |
| <b>TOPLAM</b>           | 480 Milyon                  | \$5.4 Trilyon                  | \$81.9 Milyar                           |

(Kaynak: [www.lgbtcapital.com](http://www.lgbtcapital.com)).

## 6. PEMBE TURİZMİN POPÜLER DESTİNASYONLARI

Dünyanın farklı ülkelerinde LGBT+ bireylere olan algı farklılık göstermektedir. Dolayısıyla pembe turizmin ülkelerin turizm gelirlerine olan katkısı o ülkede LGBT+ bireylere karşı olan toplumsal algı ve yasalara göre değişim göstermektedir. Huhges (2003) göre bir destinasyonun pembe turizm destinasyonu olabilmesini kolaylaştıran ve zorlaştıran faktörler vardır. Kolaylaştıran faktörler; a) LGBT+ bireyler mevcut turizm ürünleri için yeni bir pazar anlamına gelmesi, b) LGBT+ bireylerin kentsel destinasyonlara ilgi duyduklarına dair var olan algı, c) LGBT+ bireylerin genel özellikleri arasında sık sık seyahat etmeye meyilli olmaları, seyahatlerinde yüksek harcama yapmaları, yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip olmaları, kültüre olan ilgileri, güçlü aile bağlarına sahip olmamaları ve çok boş vakte sahip olmaları gibi unsurlardan oluşturmaktadır. Zorlaştıran faktörler; a) LGBT+ bireylerin sahip olduğu özelliklerin evrensel olmaması, b) cinsel yönelime göre pazar bölümlendirme yaş, ırk, davranış ve ilgi gibi seyahat satın alma alışkanlıklarını güçlü bir biçimde etkileyebilecek özellikleri ortaya çıkarması, c) LGBT+ bireylerin gelir seviyelerinin tartışmalı bir konu olması, d) LGBT+ bireyleri cezbetmek isteyen tüm destinasyonlar, eşcinselliğin toplumsal kabulü, hükümet mevzuatı ve bunların kendi işlerine olan etkileri arasındaki bağlantıyı kabul etme yükümlülüğü gibi unsurlardan oluşmaktadır (aktaran Lubowiecki-Vikuk, and Borzyszkowski, 2016: 194).

Pembe turizmden gelir elde etmek dolayısıyla turizm gelirlerini daha da arttırmak isteyen ülkeler bu ülkelerde faaliyet gösteren turizm şirketleri LGBT+ bireyleri çekebilmek için çeşitli girişimlerde bulunmaya başlamışlardır. Örneğin, İngiltere, gelen LGBT+ birey veya çiftleri ağırlama konusunda gönüllü otel ve motellerin listelerinin yer aldığı LGBT+ turistlere yönelik web sayfasını ulusal turizm web sitesine eklemiştir. İngiltere'nin LGBT+ turist sayısını arttırmak amacıyla 2014 yılındaki kampanya sloganı ise “Britanya’ya Aşık Olun” şeklindedir. Kanada’nın en kalabalık ikinci eyaleti olan Ontario’da LGBT+ turistleri çekmek için hazırlanmış olan kampanyada “Gördük, Kutladık, Tadını Çıkardık” sloganı kullanılmıştır (Saana, 2015: 16-17). Hong Kong’da 2012 yılından başlayarak 29 Eylül - 4 Aralık dönemini “pembe mevsim” olarak ilan etmiştir. Pembe festival bugün Asya’nın en büyük LGBT+ festivali olarak kutlanmaya devam etmektedir (Khan, 2013: 14). İspanya, LGBT+ turizmin popüler destinasyonlarından birisi olan Madrid’e LGBT+ turistleri çekebilmek için “Madrid, Önyargıların Dolapta Olduğu Yer” sloganını kullanılırken, yine LGBT+ turistlerin gözde destinasyonlarından New York’a daha fazla turist çekebilmek için “Gökkuşağı Haccına Katıl” sloganı, Hindistan LGBT+ turistleri çekebilmek için “Hindistan Kolları Açık LGBT+ Ziyaretçilerini Bekliyor” sloganı kullanılmıştır (UNWTO, 2012). Pembe turizm ile ilgili olarak Avrupa’nın önde gelen turizm şirketlerinden birisi olan TUI eşcinsellere yönelik olarak “Gey ve Seyahat” broşür uygulamasını, 2012 yılında ise REWE grubun alt kuruluşu olan Detour “Gey Travel” katalog uygulamasını başlatmıştır. Büyük turizm şirketlerinin yanı sıra gey turizmine odaklanmış olan küçük ölçekli turizm şirketleri de Uluslararası Gey ve Lezbiyen Seyahat Birliği (International Gay and Lesbian Travel Association- IGLTA) çatısı altında birleşmişlerdir (Köllen and Lazar, 2012: 64).

Elbette ülkelerin ve turizm şirketlerinin bu çalışmaları LGBT+ turistlerin seyahat etmek istedikleri destinasyonların sayısında da artışa neden olmuştur. 2008 yılında OutTraveler.com, LGBT+ hakları, tarihi, kültürel ve sanatsal etkinlikleri açısından popüler pembe Turizm destinasyonların listesini yayınlamıştır. Buna göre zaten popüler olan Hollanda’da Amsterdam; Amerika’da Miami ve New York, Avusturalya’da Sidney, Birleşik Krallık’ ta Londra’ya ek olarak Şili’de Santiago; İspanya’da Valensiya; Fransa’da Marsilya; İrlanda’da Dablin ve Wales’de Cardiff popüler Pembe Turizm destinasyonları arasında yer almıştır (Saana, 2015: 18-19). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) 2012 yılında yayınladığı Küresel LGBT Turizm Raporu’nda başlıca pembe turizm destinasyonları sırasıyla Madrid, Rio De Janeiro, Cape Town, Buenos Aires, Seul, New Delhi, Montreal, New York’tur (UNWTO, 2012: 16-33). Zaman içinde Pembe Turizm destinasyonlarının sayısı LGBT+ haklarını genişleten ülkelere bağlı olarak artmaya devam etmektedir. Dünyanın en büyük gezi rehberi yayıncılığını yapan LonelyPlanet’in 2014 yılında yaptığı “2015’de Seyahat Edilecek En İyiler” başlıklı araştırmasında dünyadaki “Gey Dostu” ilk 10 destinasyonu açıklamıştır. Buna göre en popüler on pembe turizm destinasyonu sırasıyla Kopenhag, Yeni Zelanda; Toronto, Palm Springs, Sitges, Berlin, Skiatos ve Mikonos, New York, Reykjavik, Montevideo’dur (<http://www.independent.co.uk>).

## SONUÇ

Pembe turizm, son yıllarda turizm endüstrisinin hızla büyüyen niş pazarlarından birisi olmuştur. 1960’lı yıllarda eşcinsellerin hak talepleri ile başlayan değişim sonucunda bugün birçok ülkede gey ve lezbiyenlerin yanı sıra biseksüel, transseksüel ve travesti olarak da isimlendirilen farklı cinsel yönelime sahip birey olmak suç olmaktan çıkarılmış hatta yasal olarak eşcinsellerin evlenebilmeleri mümkün hale gelmiştir. Özellikle Amerika ve Avrupa ülkelerinde LGBT+ bireylere olan toplumsal algının pozitif yönde değişim göstermesi pembe turizm kapsamında LGBT+ bireylerin çok farklı destinasyonlara seyahat etmelerini mümkün hale getirmiştir. Dolayısıyla geçmişte sadece eşcinsellerin cinsel kimliklerini daha rahat ve özgür yaşamak için belirli destinasyonlara seyahati ile sınırlı olan “gey turizmi” yerini sadece gey veya lezbiyenleri değil heteroseksüel cinsel yönelim dışındaki tüm bireyleri kapsayan pembe turizme bırakmıştır.

“Turizm ve Seyahat” kavramları misafirperverlikle yakından ilişkili olduğu kadar “davet etmek” ile ilgilidir. Bir başka ifade ile insanlar gelmeden önce davet edilmek isterler. Bugün pembe turizmin önde gelen destinasyonlarının çabaları ise tamamen LGBT+ turisti ülkelere davet etme üzerinedir. Türkiye’nin 2023 turizm hedefi 50 milyon turist ve \$50 milyar turizm geliridir. Günümüzde İzmir, İstanbul, Ankara gibi büyük şehirlerde LGBT+ bireylere karşı algılar geçmişe göre pozitif anlamda değişme gösterdiği aşikardır. Her yıl milyonlarca turist tarafından ziyaret edilen Türkiye’nin turizm alanında yeterli birikime ve alt yapıya sahip olduğu düşünüldüğünde yapılması gereken tek şeyin LGBT+ bireylerin Türkiye’ye tatil için davet edilmeleridir. Bu davet ise Türkiye’nin 2023 turizm hedeflerine ulaşmasında önemli katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

Bellagaard, N. (2009). *Gay And Lesbian Tourism Travel Motivations, Destination Choices and Holiday Experiences of Gays and Lesbians*. Master Thesis. MSc in Business, Language and Culture Copenhagen Business School.

Clift, S. and Forrest, S. (1999). Gay men and tourism: destinations and holiday motivations. *Tourism Management*. (20): 615-625

Demirdelen, Ö. ve Odman. M. T. (2017). Küresel Isınmanın Yol Açtığı Sorunlardan Biri: İklim Mültecilerinin Hukuki Statüsü. *Sosyal Bilimler Dergisi*. 4(13): 470-497.

Dökmen, Z. Y. (2014). *Toplumsal Cinsiyet, Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Enguix, B., (2009). Identities, Sexualities and Commemorations: Pride Parades, Public Space and Sexual Dissidence. *Anthropological Notebooks*. 15(2): 15-33.

Esomba, S. (2012). *Global Tourism & The Environment: The Necessities for Clean Energy & Clean Transportation Usages*. Lulu.com.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 29(3): 403-428.

Guaracino, J. (2007). *Gay and Lesbian Tourism: The Essential Guide for Marketing*. Oxford & Burlington: Butterworth-Heinemann.

Güney, N., Kargı, E. ve Oruç, Ç. A. (2004). Üniversite Öğrencilerinin Eşcinsellik Konusundaki Görüşlerinin İncelenmesi. *Türk HIV/AIDS Dergisi*. 7(4): 131-137.

Hatipoğlu, A. (2015). Eşcinsellik ve Siyaset. *Bilim ve Ütopya*. 21(257): 65-72.

Hughes, H. L. (1997). Holidays and homosexual identity. *Tourism Management*. 18(1): 3-7.

Hughes, H. L. (2005). A Gay Tourism Market. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 5(2-4): 57-74.

Hughes, H. L. (2005). A Gay Tourism Market: Reality or Illusion, Benefit or Burden?. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2-4): 57-74.

ILGA (International Lesbian Gay Bisexual Trans and Intersex Association). (May 2014). *State-Sponsored Homophobia: A world survey of laws: Criminalisation, protection and recognition of same-sex love*. [http://ilga.org/downloads/ILGA\\_State\\_Sponsored\\_Homophobia\\_2014.pdf](http://ilga.org/downloads/ILGA_State_Sponsored_Homophobia_2014.pdf), (Erişim Tarihi: 7.2.2016).

İslamoğlu, D. (16 Ekim 2017). *LGBTİ Sözlüğü*. <http://hthayat.haberturk.com/yasam/guncel/haber/1035229-lgbti-sozlugu>, (Erişim Tarihi: 29.01.2018).

Keskin, N., Yapça, G. ve Tamam, L. (2015). Transseksüalizm: Klinik Özellikleri ve Yasal Konular. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 7(4):436-447.

Küçük, T. (4 Temmuz 2017). *Toplumsal farkındalık ve LGBTİ+*. *Gaiadergi*. <https://gaiadergi.com/toplumsal-farkindalik-lgbti/>, (Erişim Tarihi: 29.01.2018).

Khan, M. R. (2013). *Travel Motivations Of Gay And Lesbian Tourists: A Qualitative Inquiry*. Master of Science in Hospitality Information University of Delaware

Köllen, T. and Lazar, S. (2012). Gay Tourism in Budapest: An Exploratory Study on Gay Tourists' Motivational Patterns for Traveling to Budapest. *American Journal of Tourism Management*. 1(3): 64-68.

LGBT Capital, (May 2016). Estimated LGBT Purchasing Power: LGBT-GDP. [http://www.lgbt-capital.com/docs/Estimated\\_LGBT-GDP\\_\(table\)\\_-\\_May\\_2016.pdf](http://www.lgbt-capital.com/docs/Estimated_LGBT-GDP_(table)_-_May_2016.pdf), (Erişim Tarihi: 6.2.2018).

Lubowiecki-Vikuk, A. P. and Borzyszkowski, J. (2016), Tourist Activity of LGBT in European Post-Communist States: the Case of Poland. *Economics and Sociology*. 9(1): 192-208.

Monterrubio, J. C., et al. (2007). Gay Men's Sexual Behaviour in a Holiday Destination. *e-Review of Tourism Research*. 5(3): 56-63.

Morgan, T. (2 June 2017). *How did the rainbow flag become an LGBT symbol?* <http://www.history.com/news/ask-history/how-did-the-rainbow-flag-become-an-lgbt-symbol>, (Erişim Tarihi: 31.01.2018)

Out Now Global. (2013). *WTM2012*. <http://www.outnowconsulting.com/latest-updates/press-centre/wtm2012>, (Erişim Tarihi: 10.2.2018).

Öztürk, Ş. (2011). Cinsel Yönelimler ve Queer Kuram. *Cogito*. (Bahar) 65-66: 5-6.

PATA (Pasific Asia Travel Associaton). (October, 2016). The Connected Visitor Economy Bulletin: LGBT Travel. <https://pata.org/store/wp-content/uploads/2016/10/VE-October-2016.pdf>, (Erişim Tarihi: 7.2.2018).

Pew Research Center. (8 August 2017). Gay Marriage Around the World. <http://www.pewforum.org/2017/08/08/gay-marriage-around-the-world-2013/>, (Erişim Tarihi: 31.01.2018)

Pritchard, A., et al., (1998). Reaching out to the gay tourist: opportunities and threats in an emerging market segment. *Tourism Management*. 19(3): 273-282.

Pritchard, A., et al., (2000). Sexuality and holiday choices: conversations with gay and lesbian tourists. *Leisure Studies*. 19(4): 267-282.

Quignard, P. (2001). *Cinsellik ve Korku*. (Çev. Aykut Derman) İstanbul: Can Yayınları

Robinson, P., Hetimann, S. and Dieke, P. U. C. (2011). *Research Themes for Tourism*. MA, USA: CABI.

Rokakis, J. (2013). *The Persecution of Homosexuals During the Holocaust*. A Senior Thesis Submitted to the Eastern Michigan University Honors College. <http://commons.emich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1337&context=honors>, (Erişim Tarihi: 30.01.2018).

Saana, K. (2015). *Think Pink in Tourism – A Study of LGBT+ Tourism*. Degree Programme in Tourism Bachelor's Thesis, Laurea University of Applied Sciences. Kerava, Finland.



Sakallı N, Uğurlu O. (2001). Effects of Social Contact with Homosexuals on Heterosexual Turkish University Students' Attitudes Towards Homosexuality. *Journal of Homosexuality*. 42(1): 53-62.

Sakallı N, Uğurlu O. (2003). The Effects of Social Contact with a Lesbian Person on the Attitude Change Toward Homosexuality in Turkey. *Journal of Homosexuality*. 44(1): 111-119.

Sakalli, N. (2002). The relationship between sexism and attitudes toward homosexuality in a sample of Turkish college students. *Journal of Homosexuality*, 42(3):53-64.

Singer, B. (12 July 2017). *The Most Surprising LGBTI Stats And Facts From Around The World*. <https://www.gaystarnews.com/article/surprising-lgbti-stats-facts/#gs.XHBtOi8>, (Erişim Tarihi: 31.01.2018).

Siyah Üçgen. (2018). *Türkiye de Bazı LGBT Dernek Ve Oluşumlar*. <https://siyahucgen.com/2017/03/30/turkiyenin-lgbt-dernek-ve-olusumlari/>, (Erişim Tarihi: 7.2.2018).

TBMM. (1982). *T.C Anayasası*. [https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa\\_2011.pdf](https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf), (Erişim Tarihi: 29.01.2018).

Topuz, K. S. ve Erkanlı, H. (2016). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadın Ve Erkeğe Atfedilen Anlamaların Metafor Yöntemiyle Analizi. *Alternatif Politika*. 8(2): 300-321.

Tunç, A. ve Saç, F. (1998). *Genel Turizm Gelişimi – Geleceği*, Ankara: Detay Yayıncılık.

UNWTO. (2012). *Global Report on LGBT Tourism*. <http://www2.unwto.org/publication/am-reports-volume-3-global-report-lgbt-tourism>, (Erişim Tarihi: 7.2.2018).

UNWTO. (2017). *Second Global Report on LGBT Tourism*. <http://media.unwto.org/press-release/2017-05-05/unwto-releases-2nd-global-report-lgbt-tourism>, (8.2.2018).

Yeşiltepe, G. (2015). *Lezbiyen Gey Biseksüel Trans (Lgbt) Bireyler Ve Hasta Hakları*. (Uzmanlık Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Adli Tıp Anabilim Dalı.

Yılmaz, V. ve Göçmen, İ. (2015). Türkiye’de Lezbiyen, Gey, Biseksüel ve Trans Bireylerin Sosyal ve Ekonomik Sorunları Araştırmasının Özet Sonuçları. *Türkiye Politika ve Araştırma Merkezi*. 4(6): 94- 101.

Zeihner, C. (October 2014). *Gay-Friendly Destinations: The World'd Top 10*. <http://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/gay-friendly-travel-destinations-the-worlds-top-10-9806026.html>, (Erişim Tarihi: 7.2.2018).