

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda:

Hüseyin Orak Adlı Bir Müteşebbis Türkiye Kılavuzu Adlı Bir Eser ve 1945 Yılı Aydın'ı
Zakir AVŞAR

Anlatıya Dahil Olmanın Hikâye Anlatıcılığına Etkisi: Unutulmaz TurizmDeneyimlerinin Aracı Rolü
Büşra KAYA Murat GÜMÜŞ

Araştırma Yöntemleri Bilgisinin Önemi: Turizm Alanına Yönelik Bir Gömülü Teori Çalışması
Serhat Adem SOP Metin KOZAK

Turizm Rehberliği Lisansüstü Eğitiminde Alan Dışı Öğrenci Alımı Paradoksu
Caner ÜNAL Özlem GÜZEL Muhammedali YAŞAR Fatma Nur KELEŞ

Destinasyon Marka Değerinin Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Fethiye Örneği
Özgür DAVRAS Ayşegül DEMİRCİOĞLU

Covid-19 Pandemisi Sürecinde Seyahatten Kaçınma Niyetinin Karmaşıklık Bakış Açısı ile Analizi
Beykan ÇİZEL İsmail Gökay KIRTIL Rabia ÇİZEL Volkan AŞKUN

Az Gelişmiş Bir Destinasyonda Yerel Halkın Turizme Yönelik Desteği: Yozgat Örneği
Ozan ATSIZ

Çevrimiçi Oyunların Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi
Yasin Emre OĞUZ Mustafa Çağatay KIZILTAŞ Veysel YILMAZ

Orman Yangınlarının Turizmin Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Yunanistan ve Kıbrıs Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma
Georgios BOUSTRAS Nikolaos BOUKAS (Çevirmen: Tuğrul TOKER)

Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi Lisans Programlarının Kontenjanlarının Değerlendirilmesi
Özkan TÜTÜNCÜ



Cilt: 32 • Sayı: 2 • Güz 2021 • ISSN: 1300-4220

Yazarların Dikkatine...

Son yıllarda Türkiye’de makale yazımında kuralsızlık ve/veya her makale yazarının/yazarlarının kendi kurallarını uydurması şeklinde bir eğilim ortaya çıkmıştır. Önceleri münferit bazı uygulamalar olarak gözlenen bu durum, giderek yaygınlaşmaktadır.

Akademik yükseltmelerde ulusal ve uluslararası hakem-denetimli dergilerde yayımlanan makalelere yüklenen önemin bir sonucu ortaya çıkan bu eğilime **daha çok akademik kariyer basamaklarını hızla çıkmak isteyenlerin çalışmalarında rastlanmaktadır. Sıklıkla tez danışmanlığı müessesinin çok iyi çalışmamasının sonuçlarından biri olarak ortaya çıkan bu eğilim, ne yazık ki, ülkemizde akademik yaşamda bir kuralsızlığın daha yaygınlaşmasına yol açmaktadır.** Söz konusu gelişimi dört başlık altında özetleyebiliriz:

1. Son yıllarda turizm alanında hazırlanan makalelerde yabancı sözcük ve kavramların ilgili dildeki orijinali ile yazma keyfiyeti yaygınlaşmaktadır.
2. Temel konularda bile Türkçe dil, yazım ve anlatım kurallarının hiçe sayıldığına tanık olunmaktadır.
3. Turizm ve dolayısıyla sosyal bilimler alanında hazırlanan kayda değer sayıdaki makalede Türkçe karşılıkları olmasına karşılık yabancı sözcük ve kavramların gereksiz ve özensiz bir şekilde kullanılmakta olduğu görülmektedir.
4. SPSS, Lisrel, AMOS, vb. istatistik paket programları yoluyla yürütülen hesaplamalarda, kullanılan test isimlerinin Türkçeleştirilmeden (hatta çoğunlukla gözlemlendiği üzere SPSS, Lisrel programları ile hesaplanan test değerleri ve analiz sonuçlarının sayfalardan olduğu gibi kopya edilerek!) makale metinlerinde yer almasında gözle görülür bir artışın olduğu gözlenmektedir.

Ülkemizdeki akademisyenlerden uluslararası dergilere makale önerirken gösterdikleri özeni ve hassasiyeti, ulusal dergilere gönderirken de göstermelerini istemek kadar doğal bir beklenti olamaz!.. **Daha açık bir deyimle, dili İngilizce olan nitelikli bir uluslararası dergiye Türkçe kavram ve test adları yazılarak ve pek çok İngilizce dil ve anlatım hatalarını içeren makaleler nasıl ki önerilemiyorsa, aynı titizliğin ulusal dergilere makale önerirken de gösterilmemesini anlamakta güçlük çekiyoruz!..** Bu konularda ülkemizdeki akademik/bilimsel dergilerinin editörlerine önemli sorumluluklar düşmektedir.

Türkçe’nin bilimsel sözcük ve kavram zenginliğinin geliştirilmesine ve daha da önemlisi Türkçe’nin korunmasına katkıda bulunmak üzere, bundan böyle *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*’ne önerilen makaleler yukarıda dört maddede özetlenen konular bağlamında incelenecek; bu konularda gerekli özeni göstermeyen makaleler yazarlarına düzeltilmek üzere iade edilecektir. İlgili düzeltmeleri yapmamakta ısrar eden makaleler değerlendirme sürecine alınmayacaktır.

Saygıyla duyurulur..

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi
Editörlüğü

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

EDİTÖRLER

Nazmi KOZAK (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü)
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/2130
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

Çağrı Hale ÖZEL
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/2124
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

ALAN EDITÖRLERİ

Dilek ACAR
Anadolu Üniversitesi
Tel: (0222)-335 05 80/3127
E-posta: dilekacar@gmail.com

Dönüş ÇİCEK
Anadolu Üniversitesi
Tel: (0222)-335 05 80/ 3133
E-posta: donuscicek2@gmail.com

EDİTÖR DANIŞMA KURULU

Bülent AĞAOĞLU, *Bibliyograf*
Faruk ANDAÇ, *Çağ Üniversitesi*
Seymus BALOĞLU, *University of Nevada, Las Vegas*
İbrahim BİRKAN, *Atılım Üniversitesi*
Asker KARTARI, *Kadir Has Üniversitesi*
Meryem AKOĞLAN KOZAK, *Anadolu Üniversitesi*
Meral KORZAY, *Emekli Öğretim Üyesi*
Metin KOZAK, *Dokuz Eylül Üniversitesi*

Mehmet ÖZDEMİR, *Emekli Öğretim Üyesi*
Sevil F. SÖNMEZ, *University of Central Florida*
Muammer TUNA, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*
Öcal USTA, *İstanbul Kent Üniversitesi*
Muzaffer S. UYSAL, *University of Massachusetts Amherst*
M. Mithat ÜNER, *Atılım Üniversitesi*
Şükrü YARCAN, *Nişantaşı Üniversitesi*

BÖLÜM EDITÖRLERİ

Gastronomi İncelemeleri
Özge SAMANCI, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
E-posta: ozge.samanci@ozyegin.edu.tr
Seçme Çeviri Makaleler
Gürel ÇETİN, *İstanbul Üniversitesi*
E-posta: gurelc@istanbul.edu.tr
Turizm Tarihi İncelemeleri
Dilek ACAR
E-posta: dilekacar@gmail.com

Rekreasyon İncelemeleri
Özkan TÛTÛNCÛ, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr
Etkinlik Notları
Çağdaş AYDIN, *Anadolu Üniversitesi*
E-posta: aydincagdas@gmail.com
Turizm Araştırma Projeleri
Hatice GÜÇLÛ NERGİZ, *Kocaeli Üniversitesi*
E-posta: hgucclu@anadolu.edu.tr

EDİTÖRLÜK OFİSİ

Sanal Yayın Editörü
Çağdaş AYDIN, *Anadolu Üniversitesi*
E-posta: aydincagdas@gmail.com

Editörlük Sekreteri: Ceren AYDIN, E-posta: cerendiktas@gmail.com



YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 109 - 06444, Yenişehir, ANKARA
Tel: 0312 - 434 09 49 ● Faks: 0312 - 434 31 42
<http://www.anatoliajournal.com/atad>

YAYIN POLİTİKASI

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1990 yılından bu yana, turizm, turizm işletmeciliği, gastronomi, rekreasyon ile turizmin diğeri uygulama alanlarına yönelik araştırma ve incelemeleri içeren çalışmalar kabul edilmektedir. Dergiye ulaşan makaleler, 1997 yılından itibaren yayın kurulu listesinde yer alanların hakemliğinde değerlendirildikten sonra, uygun bulunmaları durumunda yayımlanmaktadır. Her makale en az iki üyenin değerlendirilmesine sunulmaktadır; gerekli görüldüğünde İstatistik Editörü ve Yazım ve Dilbilgisi Editörünün incelemesine de başvurulabilmektedir. Dergiye gönderilecek makalelerin hazırlanması aşamasında "Yayın ve Yazım Kuralları"na özellikle uyulması yazarlardan beklenmektedir.

Tarımlanan Dizin ve Veri Tabanları

Agricultural Economics Database, CAB Abstracts, Global Health Databases, CABI Full Text, EBSCO - SPORTDiscus, EBSCO-Hospitality&TourismComplety, EBSCOhost, Leisure Recreation and Tourism Abstracts, LeisureTourism, Rural Development Abstracts, Tr Dizin, TUBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı, World Agricultural Economicsand Rural Sociology Abstracts.

İmtiyaz sahibi: Hüseyin Yıldırım, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Organizasyon, Danışmanlık, Turizm Ltd. Şti.
Yönetim Adresi: Adakale Sokak, No: 14/1, Kızılay, 06420 Ankara
Tel: 0312 - 434 09 49 ● Faks: 0312 - 434 31 42
E-posta: detayyay@tinet.net.tr

Basıldığı Yer ve Tarih: Ankara, Aralık 2020
Yayın türü: Süreli yayın (Altı aylık süreli)
Basımcı: Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi
Basımcı Adresi: 1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1, İskitler-Ankara

<http://www.anatoliajournal.com/atad>

Editör Kurulu Üyeleri

Mustafa AKAL
Sakarya Üniversitesi
İşletme Fakültesi

Atilla AKBABA
Kâtip Çelebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Mehmet AKBIYIK
Harran Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu

Nurhodja AKBULAEV
Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Türk Dünyası İşletme Fakültesi

Yılmaz AKGÜNDÜZ
Dokuz Eylül Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Gönül AKIN
Beykent Üniversitesi
Meslek Yüksekokulu

Gülşah AKKUŞ
Kâtip Çelebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Emre Ozan AKSÖZ
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Eylin AKTAŞ
Pamukkale Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Tahir ALBAYRAK
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Işıl ALTUN
Kocaeli Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi

Özlem ALTUNÖZ
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Alper ASLAN
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Zeynep ASLAN
Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Zerrin AŞAN GREENACRE
Anadolu Üniversitesi
Fen Fakültesi

Levent ATALI
Kocaeli Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

Gökhan AYAZLAR
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Aydoğan AYDOĞDU
Kastamonu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Aslıhan AYKAÇ YANARDAĞ
Ege Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Ahmet Serdar AYTAÇ
Harran Üniversitesi
Fen Edebiyat Fakültesi

Ömer AYTAÇ
Fırat Üniversitesi
İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi

Oya AYTEMİZ SEYMEN
Balıkesir Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Fusun BAYKAL
Ege Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi

Çetin BEKTAŞ
Erzincan Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Kemal BİRDİR
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Deniz BOZ
Çukurova Üniversitesi
Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksekokulu

Meltem CABER
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Onur ÇAKIR
Kırklareli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Tolga Fahri ÇAKMAK
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Gürel ÇETİN
İstanbul Üniversitesi
İktisat Fakültesi

Beykan ÇİZEL
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Ülker ÇOLAKOĞLU
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Ömer ÇOBAN
Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Murat ÇUHADAR
Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Özgür DAVRAS
Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Osman Cenk DEMİROĞLU
Umeâ Üniversitesi
Coğrafya ve İktisat Tarihi Bölümü

Başak DENİZCİ GUILLET
Hong Kong Politeknik Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu
Sebahattin Emre DİLEK

Batman Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Evinç DOĞAN
Boğaziçi Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

İsmet DOĞAN
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı

Ece DOĞANTAN
Anadolu Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

Aslı Cansın DOKER
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Maria DOLORES ALVAREZ
Boğaziçi Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Dilek DÖNMEZ POLAT
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Gelibolu Piri Reis Meslek Yüksekokulu

Rüya EHTİYAR
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Oktay EMİR
Anadolu Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

Mehmet Han ERGÜVEN
Kırklareli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Hilal ERKUŞ
Akdeniz Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Mehmet ERTAŞ
Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Savaş EVREN
Gümüşhane Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Ümmühan GÖKOVALI
Muğla Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ
Kocaeli Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Esra GÜL YILMAZ
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Fatih GÜNAY
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Ebru GÜNEREN
Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Editör Kurulu Üyeleri

Saniye Gül GÜNEŞ Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi	Deniz KÜÇÜKUSTA Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu	Canan TANRISEVER Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	Mine OYMAN Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi	Ebru TARCAN İÇİGEN Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
F. Özlem GÜZEL Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Yıldırım Beyazıt ÖNAL Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Nevin TEKGÜL ŞANLIER Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Murat HANILÇE Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi	Osman Nuri ÖZDOĞAN Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Mustafa TEPECİ Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Cem IŞIK Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Aslı Emine ÖZEN DE HAAS Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi	Arzu TOKER Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Kemal KANTARCI Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi	Gökçe Özdemir Umutlu Yaşar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Fatma Nur TUĞAL Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi
Erdinç KARADENİZ Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Emir ÖZEREN Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi	Muammer TUNA Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Kenan KARAGÜL Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu	Öznur ÖZKAN TEKTAŞ Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Zeynep TUNA ULTAV Yaşar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Asım SALDAMLI Bolu İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi	Hasan TUTAR Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi
Suat KARAKÜÇÜK Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi,	Özge SAMANCI Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü	Oğuz TÜRKAY Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Osman M. KARATEPE Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Gökçeçiçek SAVAŞIR Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi	Gözde TÜRK TARHAN South Florida Üniversitesi
Salih KATIRCI OĞLU Doğu Akdeniz Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü	Mehmet SOMUNCU Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi	Özkan TÜTÜNCÜ Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu
Sonay KAYGALAK-ÇELEBİ Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Serhat Adem SOP Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulux	Ahmet UŞAKLI Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
Burçin KIRLAR CAN Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi	Şükran ŞAHİN Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi	Mehmet İsmail YAĞCI Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Erdoğan KOÇ Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Hanım Kader ŞANLIÖZ ÖZGEN Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Kemal YAKUT Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Göknil Nur KOÇAK Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Leyla ŞENTÜRK ÖZER Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Uysal YENİPİNAR Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
Mehmet Ali KÖSEOĞLU Hong Kong Politeknik Üniversitesi Otel ve Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu	Bahar TANER Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Murat YEŞİLTAŞ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
O. Avşar KURGUN Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi	Abdullah TANRISEVDİ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Cem YEŞİLYURT Adıyaman Üniversitesi Turizm Fakültesi
		Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi

İÇİNDEKİLER**HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**

- 143** Hüseyin Orak Adlı Bir Müteşebbis Türkiye Kılavuzu Adlı Bir Eser ve 1945 Yılı Aydın'ı
Zakir AVŞAR
- 159** Anlatıya Dahil Olmanın Hikâye Anlatıcılığına Etkisi: Unutulmaz Turizm Deneyimlerinin Aracı Rolü
Büşra KAYA Murat GÜMÜŞ
- 171** Araştırma Yöntemleri Bilgisinin Önemi: Turizm Alanına Yönelik Bir Gömülü Teori Çalışması
Serhat Adem SOP Metin KOZAK
- 184** Turizm Rehberliği Lisansüstü Eğitiminde Alan Dışı Öğrenci Alımı Paradoksu
Caner ÜNAL Özlem GÜZEL Muhammedali YAŞAR Fatma Nur KELEŞ
- 201** Destinasyon Marka Değerinin Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Fethiye Örneği
Özgür DAVRAS Ayşegül DEMİRCİOĞLU
- 212** Covid-19 Pandemisi Sürecinde Seyahatten Kaçınma Niyetinin Karmaşıklık Bakış Açısı ile Analizi
Beykan ÇİZEL İsmail Gökay KIRTIL Rabia ÇİZEL Volkan AŞKUN
- 224** Az Gelişmiş Bir Destinasyonda Yerel Halkın Turizme Yönelik Desteği: Yozgat Örneği
Ozan ATSIZ
- 237** Çevrimiçi Oyunların Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi
Yasin Emre OĞUZ Mustafa Çağatay KIZILTAŞ Veysel YILMAZ

SEÇME ÇEVİRİ MAKALE

Gürel ÇETİN, Editör

- 249** Orman Yangınlarının Turizmin Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Yunanistan ve Kıbrıs Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma
Georgios BOUSTRAS Nikolaos BOUKAS (Çevirmen: Tuğrul TOKER)

İÇİNDEKİLER

REKREASYON İNCELEMELERİ

Özkan TÛTÛNCÛ, Editör

- 261** **Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi Lisans Programlarının Kontenjanlarının Değerlendirilmesi**
Özkan TÛTÛNCÛ

TURİZM TARİHİ İNCELEMELERİ

Dilek ACAR, Editör

- 267** **Turizm Tarihinin Kaynakları-2**
Murat HANİLÇE
- 273** **Geçmişten Günümüze Seyyahlar Ve Seyahatnamelerin Tasnifine Dair Bir Deneme-2**
Murat HANİLÇE

- 294** **Turizmin Tarihî Kökenleri – IV**
Dilek ACAR

TURİZM ARAŞTIRMA PROJELERİ

Hatice GÛÇLÛ NERGİZ, Editör

- 304** **Proje Başlığı: Konaklama İşletmelerinde Endüstri 4.0 Uygulamalarının Önem/ Performans Analizi: Amerika’da Bir Araştırma**
Proje Yürütücöleri: Doç. Dr. Seden Doğan & Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu

ETKİNLİK NOTLARI

Çağdaş AYDIN, Editör

- 305** **Kastamonu Tabiat Turizmi Sempozyumu’nun Ardından**
Ceren AYDIN
- 307** **Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Ödöl Töreni**
Leyla ŐŐŐK
- 309** **2021 Makale İndeksi**
Editör
- 310** **2021 Yazar İndeksi**
Editör
- 311** **2021 Hakem Listesi**
Editör
- 312** **ANATOLIA: TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGISİ MAKALE HAZIRLAMA VE YAYIM BİLGİLERİ**

Hüseyin Orak Adlı Bir Müteşebbis Türkiye Kılavuzu Adlı Bir Eser ve 1945 Yılı Aydın'ı

An Entrepreneur Hüseyin Orak, An Opus Türkiye Kılavuzu and Aydın City in 1945

Zakir AVŞAR*

*Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Emniyet Abant Sokak, No:10/2, E Blok, Kat:-1, 1, 2, 3, 4, 06560, Yenimahalle, Ankara.

E-posta: zakiravsar@gmail.com

ORCID: 0000-0002-1427-127X

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 10 Mayıs 2021

Kabul: 1 Haziran 2021

Anahtar sözcükler: Aydın, Tanıtım ve turizm rehberi, Sosyal sorumluluk projesi, Şehir tarihi, Sosyal yapı, Kültür.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 10 May 2021

Accepted: 1 June 2021

Key words: Aydın, Publicity and Tourism Guide Book, Social Responsibility Project, City History, Social Structure, Culture.

ÖZ

Ankara'nın büyük sanayici iş adamlarından birisi olan Hüseyin Orak'ın 1936 yılında çocuklarını yurt gezisine gönderirken bir ülke tanıtım rehberi bulamayışi ile başlayan süreç *Türkiye Kılavuzu* adlı çalışmanın ortaya çıkmasına yol açmıştır. İş adamı Hüseyin Orak'ın, ülkenin her yanına harcırah ve masraflarını vererek gönderdiği ekiplerle gerçekleştirdiği bu eser kamuoyunda beklediği ilgiyi görmemiştir. Bir sosyal sorumluluk düşüncesiyle yola çıkılarak, büyük emek, masraf ve zamana mal olan bu eseri tüm illeri ve ilçeleri kapsayacak şekilde altı cilt olarak planlanmış, ancak birinci cildini yayınlamış, diğer ciltleri ise yayınlamamıştır. Birinci cilt içinde on dört il tek tek incelenmekte, bunlara ilişkin çeşitli veriler bulunmaktadır. Bu illerden birisi de Aydın'dır. Aydın'ın 1940'lı yıllardaki sosyo-ekonomik, kültürel görünümü, tarihi ve turistik yerleri, folkloru üzerine önemli bilgilerin verildiği çalışma, özellikle şehir tarihi, kültürü ve sosyal yapı üzerine çalışanlar bakımından önemli bir kaynak olarak ele alınabilecek niteliktedir. Günümüzde neredeyse nüshasına rastlamak mümkün olmayan bu eserin ortaya çıkışının, bu satırların yazarının ulaşmasının öyküsü ile birlikte Aydın bölümünün aktarıldığı bu makale, aslında sosyal sorumluluk projesi olarak ele alınması mümkün olan Türkiye'nin ilk turizm ve tanıtım kılavuzunun/rehberinin de nasıl oluşturulduğunu gözler önüne sermektedir.

ABSTRACT

Hüseyin Orak who was one of the important businessmen of Ankara, sent his children for the country tour in 1936. In that duration, while Orak couldn't find the Turkey's guide book for his children's journey, the idea of an opus. (Guide of Turkey) was born. The project of *Türkiye Kılavuzu* had been implemented after the World War II, but it costed a great fortune. The project of Orak, unfortunately, had not aroused an expected interest, although he had sent teams all over the country by giving the allowances and covering the expenses. Orak, who started out with the idea of a social responsibility, could published only the first volume of *Türkiye Kılavuzu* despite of a great deal of effort, time and expenses. Turkey's fourteen cities individually studied in this volume, there were miscellaneous information related to these. This book is the basic and important resource for the researchers who work on city history, local culture and social structures. For example, 1940's Aydın, one of these cities, were introduced in the context of social, historical, economical, cultural and especially excursionary view in *Türkiye Kılavuzu*. In this paper, *Türkiye Kılavuzu* which is a rare book nowadays and its Aydın section will be examined with the story of finding of *Türkiye Kılavuzu* by author of this article. In addition, this paper will reveal the formation of an opus as the first tourism and publicity guide of Turkey which actually could be seen the first social responsibility project of Turkey.

GİRİŞ

Türkiye Kılavuzu adlı eserin hazırlayıcısı ve sahibi olan Hüseyin Hilmi Orak, 01.07.1897 tarihinde o dönem Osmanlı İmparatorluğu toprağı olan

Dobruca Bölgesi'ndeki Tulca ilinin Babadağ kasabasında doğmuş, Balkanlardaki isyanlar ve ayrışma hareketleri sonrasında 1910 yılında ailesi ile birlikte önce İstanbul'a daha sonra Eskişehir'e göçmüştür. 22 Kanun-ı Evvel 1331 (1917) tarihinde Kara Harp Okulu'na (Harbiye) girmiş; 25 Nisan 1332 (1918) tarihinde savaş nedeniyle er-

* Bu çalışma, "Davetli Makale" statüsünde yayımlanmaktadır.

ken mezuniyetle Irak Cephesi'nde 13. Kolordu 18. Alay 3. Tabur 9. Bölük'e tayin edilmiştir. 01 Teşrin-i Evvel 1334 tarihinde Basra'da İngilizlerle savaşta yaralanmış ve esir düşmüş, iki yıl süreyle Hindistan'daki esir kamplarında kalmıştır. Buradan kaçarak 19 Teşrin-i Evvel 1336 tarihinde İstanbul'a gelmiş ve 25 Teşrin-i Evvel 1336 tarihinde terhis edilmiştir. Kurtuluş Savaşı'nın başlaması üzerine 31 Kanun-ı Sani 1337 tarihinde yeniden silahlaltına alınmış, 14. Fırka Muhabere Takım Subaylığı görevine atanmıştır. 07.08.1339 tarihinde yeniden terhis olmuştur. 1926 yılında 15 Nisan-30 Mayıs tarihleri arasında yine askere alınmış, 27.03.1928 tarihinde S.11937 numaralı İstiklal madalyası ile taltif edilmiştir. Askerlikten ayrılarak ticari hayata atılmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması üzerine 5 Ağustos 1940 tarihinde ihtiyaten askere alınmış ve 05 Ekim 1941 yılında terhis olunmuştur (MSB 05 Ekim 2011). Mesleğine asker olarak başlayan, Birinci Dünya Savaşı, İstiklal Harbi ve İkinci Dünya Savaşları'nda subay olarak askerlik görevini ifa eden Hüseyin Orak, kısa bir dönem Türkiye'nin tanınmış büyük sanayici ve işadamı Vehbi Koç ile ortaklık kurmuş ticaret ve sanayi alanlarında mühim başarıları olan bir işadamıdır (Bkz. ATO 363 No.lu dosya).

Kendisini "Türkiye Kılavuzu" adlı eseri hazırlamaya iten neden çok ilginçtir. 1936 yılında sınıfını başarıyla geçen 11 yaşındaki kızı Fatma Zekâvet ve dokuz yaşındaki kızı Ayşe Sahavet'in, karne hediyesi olarak İstanbul'a yakınlarını ziyarete gitme istekleri üzerine, onları o günlerde TCDD'nin kombine bilete uygulamasından hareketle, tüm yurdu gezmeleri ve nihayetinde İstanbul'a ulaşmaları konusunda ikna etmiştir. Seyahati ilginç kılan husus ise, o günün Türkiye'sinde iki kız kardeşin yanına yedi yaşındaki oğlu Yılmaz'ı da katarak, yanlarında kendisi ve anneleri olmaksızın bu "maceraya" razı etmesidir. 1936 yılı şartlarında tüm dünya bir ateş çemberinde iken, ikisi kız, üç küçük çocuğun trenle yurt seyahatine çıkmaları büyük bir ilgi görmüş, "küçük seyyahlar" gittikleri yerlerde adeta halk kahramanları gibi karşılanmışlar, valiler, kaymakamlar, belediye başkanları ve şehirlerin önde gelenleri çocuklarla hususi olarak ilgilenmişlerdir. Yaklaşık iki buçuk ay süren bu yurt seyahati

sonrasında çocukları başbakan İsmet İnönü'de kabul etmiş ve seyahat esnasında tuttıkları defteri şu sözlerle imzalar: "Küçük seyyahları tebrik ettim. Seyahat sevmek bir memleket için çok iyi (iyi) bir şey, teşvik olunacak bir arzudur. 12.09.1936" (Orak 1946).

Cumhuriyet'e, bağımsızlığa, vatan kavramına, Atatürk'e, devrimlere inanmış bir eski asker, iş adamı olan Hüseyin Orak, çocuklarının tren binmesinden önce seyahat anılarını kaleme almaları için ellerine tutuşturduğu not defterine¹ duygularını 5 Temmuz 1936 günü şu cümlelerle yansıtır: "*Sevgili Yavrularım, yurdunu tanımayan, bilmeyen kimseden bir fayda beklenemez. Bir kiracının bile oturduğu evin içinde ve etrafında neler vardır, bunu bilmesi lazımdır. Nerde kaldı ki siz, kendi evinizin (yurdunuzun) öz sahiplerisiniz. Onu iyice tanımazsanız, sahibi olamazsınız. Ona yabancı kalırsanız, size gülerler (...)* Sevgili yurdumuzda neler var, yurdun dört bucağındaki kardeşlerimiz ne halde, büyüklerimiz neler yapmışlar, ilerde sizin de büyüyünce neler yapmanız lazım, atalarımız bize neler bırakmışlar, bunları bilerek, yurt bilginizi artırarak döneceksiniz (...)" (1946).

Orak'ın yukarıda zikredilen yaklaşımında; modernleşme ve ulus-devletleşme sürecinde ekonomi ve ticaretle yakından ilgili bir kimsenin zihniyet dünyasını, yani yükselmekte olan burjuva dünya görüşünü ve bu bağlamda gelişen bireycilik ve milliyetçilik gibi yeni değerleri görmek mümkündür. Böylece, geleneksel toplum yapısında modern topluma geçiş sürecinde yeni bir değerler sisteminin ve zihniyet dünyasının Orak'ın kişiliğinde ne denli içselleştirilmiş olduğunu anlıyoruz (Yüksel 2004).

Orak, çocuklarına yurt gezilerinin verimli geçmesi için, yapması gerekenleri de teker teker belirtir. Gittikleri yerlerde memleketin büyüklerini ziyaret ederek onlardan bilgiler istemelerini, elde ettikleri bilgileri defterlerine kaydetmelerini, on-

¹ Söz konusu anı defterine başta Başbakan İsmet İnönü olmak üzere, gittikleri her yerin mahalli ve mülki erkânı seyahatin anlam ve önemini içeren yazılar yazmış, çocuklar kendi gördüklerini kaydetmişlerdir, ancak bu notlardan sadece Hüseyin Orak'ın ve İnönü'nün yazdıkları Türkiye Kılavuzu adlı çalışmaya aktarıldığı için kalmış, diğer notlar ise 2009 yılında hayatını kaybeden Fatma Zekavet (Orak) hanımın hususi evrakları arasında bulunamamıştır.

ların imzalarını almalarını ister: "... Bu defter size yurdun büyük bir hatırası ve ilerde sizin için bir rehber olacaktır" (1946).

Gezi güzergâhı Ankara Tren Garı'ndan başlayarak, Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Adana, Mersin, Malatya, Elazığ, Diyarbakır, Samsun, İstanbul Haydarpaşa olarak gerçekleşir. Çocuklar her gittikleri yerde en az üç gün konaklarlar. Konaklamalar ve gezi programları Hüseyin Orak'ın iş arkadaşları ve mahalli ve mülki erkân tarafından ayrıntılı olarak düşünülmüştür. Çocuklara hiçbir sıkıntı çektilirilmemesi için olağanüstü bir gayret gösterilir. Jandarma ve polise şifre telgraflarla güvenlik önlemleri almaları emredilir. Zaten halkın sevgilisi haline gelen çocuklar, babaları tarafından kendilerine verilen harçlıkları bile harcayacak yer bulamazlar, hatta tüm ülkeden kendilerine taşıyamayacakları kadar çok ve güzel hediyeler verilir (A. Sahavet Özbay'la görüşme notları: 24.06.2011/ Hüseyin Orak'ın kızı Ayşe Sahavet Özbay hanım 05.12. 2016 günü Ankara'da hayatını kaybetti). Gazeteler çocuklardan bahseder, gittikleri yörelerde haber olurlar: "Yalnız Başlarına İki Küçük Kardeş Yurdu Geziyorlar" (Kurun Gazetesi, 28 Temmuz 1936). Adana'da Türksözü Gazetesi'ni de ziyaret ederler, gazete, çocukların ellerinde 5 Temmuz 1936 tarihinde alınmış ikişer aylık halk ticaret biletleriyle ülkeyi gezdiklerini, babalarının kendilerine 50 liralık harçlık verdiğini, Ankara, Kırıkkale, Sivas, Turhal, Samsun, Mersin ve Adana'ya uğradıklarını, Malatya, Elaziz (Elazığ) ve Diyarbakır'e (Diyarbakır) gideceklerini, Adana'da Tüccardan Ahmet Muhtar'ın evinde misafir olduklarını şehrin görülecek yerlerini gezdiklerini yazmaktadır (25 Temmuz 1936).

Çocukların son durağı İstanbul olur. İstanbul'da Heybeliada'da Başbakan İsmet İnönü'yü ziyaretle bu macera son bulur. Ancak, çocukların bu heyecan dolu, ilginç gezilerinin son bulması Hüseyin Orak'ın bütün hayatını etkileyecek gelişmelerin önünü kesemez.

Orak, çocuklarını bu geziye çıkarırken ısrarla ülkeyi tarihi, kültürel, turistik, ekonomik, sosyal bakımlardan tanıtan bir kılavuz (rehber) kitap arar. Ne var ki, bir türlü böyle bir çalışmaya ulaşamaz. Çocuklarının gezisi sonrası hızla geli-

şen siyasal krizler ve akabinde II. Dünya Savaşı ile birlikte askere alınmasıyla bir süre işinden de uzak kalır. Ancak 1945 yılının başlarında büyük kızı Fatma Zekavet'in İstanbul Dış Hekimliği Fakültesi'ni kazanması üzerine, onun ders kitaplarını ararken aklına yine bu türden bir rehber basılıp basılmadığı hususu gelir. Tüm aramalarına/araştırmalarına rağmen bulamaz. Piyasada ileri tanıtın ne kadar çalışma varsa toparlar. Hatta yabancı dillerdeki yayınları da getirir. Bir türlü istediği nitelikte bir çalışmaya ulaşamaz. Bunu bir sosyal sorumluluk projesi ve yurduna karşı bir görev olarak kabul ederek, kendisi finanse ederek, hazırlamaya/hazırlatmaya karar verir.

Orak, her şeyden önce bir tüccar olup toplumun ekonomi ve ticaret hayatı bakımından yazılı bilginin ve kültürün ne kadar hayati olduğunun bilincindedir. Yine bu konumu nedeniyle iletişim ve ulaşım imkânlarının geliştirilmesi ihtiyacının da farkındadır. Çünkü ekonomik ve ticari gelişmelerle birlikte, iletişim ve ulaşım imkânlarındaki ilerlemeler, ülke üzerindeki hükümet ve yönetim işlerinin koordinasyonunu kolaylaştırarak modernleşme çabasındaki ulus-devlet yapısının gelişip serpilmesi için uygun ortamı yaratacaktır (Giddens 1994). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan modernleşme sürecinde bir milli ekonomi yaratma süreci, 1908'de başladı ve hızlanarak devam etti. Bu çerçevede milli pazarı bütünleştirmek ve üretilen mahsullere talep oluşturmak için bir karayolu ve demiryolu şebekesi inşa edilmeye başlandı. 1915'te taşıt trafiğine uygun 30 bin kilometre demiryolu vaat edildi. İş hayatını kolaylaştırmak için posta adresi olarak sokaklara isim verilirken evler de numaralandırılmaya başlandı. Telefon tesisatları kuruldu. Ülke dâhilinde seyahat ve iletişimi kolaylaştırmak için iç pasaport uygulaması kaldırıldı (Ahmad 1999). Bu yöndeki çabalar, Cumhuriyet döneminde de artarak sürdürüldü.

Topladığı Türkçe ve yabancı dildeki seyahatname, gezi yazısı, ekonomik ve sosyal, coğrafi, kültürel ve tarihsel analiz türü eserlere ilişkin olarak eser sahiplerinin gezip gördükleri yerleri kendi duygu ve düşüncelerine ve şahsi uzmanlıklarına göre yazmış olmalarından ve "birbirlerini tutmayan pek çok görüş ortaya çıkmış olması ve bunlar

arasından gerçek, doğru olanları ayırmanın pek güç olmasından" dolayı eleştirir (Orak, 1946). Yine, eser sahiplerinin kendilerinden öncekilerin eserlerinden yola çıkarak, bazı hakikatleri tespit etmelerine rağmen sınırlı kaldıklarını, bazılarının ise yalnızca eski devirlerin parlaklıklarını ve yaşamış milletlerin eriştikleri medeniyetin şaşasını anlatmak, eski eserler üzerine araştırmalar yapmakla birlikte bugünü tamamen unuttuklarını; keza eserlerinin de tarih, arkeoloji, jeoloji incelemeleri hüviyetini taşıdığını belirtir.

Hüseyin Orak hazırlamayı arzu ettiği çalışmayı, "yurdun her sınıf halkına hitap etsin, aziz vatanımızın tarih boyunca geçirdiği safhalarını, kültür ve sosyal sahalarda eriştiği seviyesini, tabii ve sınıai varlıklarını, ekonomi durumunu, dünyanın ve bugünün yaşayış farklarını, Cumhuriyet devrinin memleket alanında feyizli tesislerini el ile tutulur ve göz ile görülür bir şekilde hakiki veçhesiyle göstereyim" (1946) sözleriyle tarif eder.

Burada, Tanzimat döneminden başlayarak Cumhuriyet'e de intikal eden Aydınlanma düşüncesinin ve Pozitivist bilim anlayışının tezahürlerini görebiliriz. Aydınlanma, halka bilgi götürme, gözleri batıl inançla kaplı olanlara kesin bir bakış açısı kazandırma, ilerlemeye zemin oluşturacak doğru bilgiye ulaşma gibi güçlü dürtülere sahip bir düşünce hareketi olarak tanımlamak mümkündür (Bauman 1996) Cumhuriyet döneminde giderek gelişen ekonomik hayatın ve ulus-devlet yapısının ve bu devletin yurttaşlarının ihtiyaç duyduğu net bilgiyi ancak bilim sağlayabilirdi. Bir analiz ve düşünce yöntemi olarak Pozitivist yaklaşım, deney ve araştırma yoluyla kesin bilgiye ulaşılabilirdi varsayımına dayanır. Bu sayede batıl inançlardan ve dogmatik düşüncelerden insanların kurtarılarak daha uygar ve ileri bir toplum aşamasına varılabileceğine inanılır (Erdoğan 2000). Giderek gelişen ekonomik ve ticari ilişkilerin, ulus-devlet çatısı altında bir araya getirilen milyonlarca insanın ihtiyaç ve sorunlarının kavranarak geleceğin planlanması ve inşası, bütün bu sorunların üstesinden gelme amacıyla olan modern ulus-devletin yönetilmesi, hiç kuşkusuz bilimsel bilgiye olan acil ihtiyacı ortaya çıkarıyordu.

Hüseyin Orak, bu hususa ilişkin fikrini ilk olarak Yapı Sanat Enstitüsü Müdürü ve yakın dos-

tu eğitimci Mitat Artun'a² açar. Eserin adının "Türkiye Kılavuzu" olmasına da bu düşünceler doğrultusunda birlikte karar verirler. Öncelikle kılavuzun oluşturulması için bir program tespit ederek oluşturulacak gezici gruplar için soru kâğıtları hazırlanıp bastırılır. Her il için dosyalar oluşturulur. Yerli yabancı dillerden bir kütüphane, çalışacak kişiler için ofis hazırlanır. Çalışma sistematığı bakımından da, yurdu gezecek ekipler yola çıkarılarak her ilde her alanda yazılmış olan eserleri toplamak, bunları genel eserlerdeki bilgilerle karşılaştırmak, yabancı dillerdeki Türkiye'yi ilgilendiren eserleri Türkçeye çevirmek ve bütün bunları programa uygun hale getirerek yazmak gibi bir yöntem benimsenir. Bunları yapmak için de ihtisas sahibi yetkin kişilerden oluşan 10 kişilik bir yazı heyeti meydana getirilerek ortak çalışma yürütülmesi düşünülür. Yurdu 10 bölgeye ayırıp her bir uzman kişiye ve yanlarına alacakları yardımcıya bir bölge verilecektir. Bu kişiler bizzat bölgelere gidecekler ve yerinde tetkik yapacaklardır. Bunun için de alanlarında saygın profesör, doçent, öğretmen zatlardan müteşekkil bir heyetle her gece toplantılar başlar. İki ay kadar süren bu toplantılardan uygulamaya ilişkin görüş ayrılıkları nedeniyle bir netice alınmaz. Kendi ifadesiyle bu kişilere yapacakları işin bir "Memleket borcu olduğunu" hatırlatması bile bu müşterek gaye etrafında birleştirmeye yetmez (1946).

Kızı Ayşe Sahavet (Orak) Özbay kendisiyle yüz yüze yapılan görüşmede bu satırların yazarına, babasının o günlerde zamanın şartlarında çok önemli ve büyük sayılabilecek bir bütçe olan 50 bin lirayı Türkiye Kılavuzu'nun başlangıç sermayesi olarak ayırdığını belirtmektedir. Buna ek olarak, şirketinin olduğu binada bir kat, kılavuz kitabın toplantı ve çalışmalarını gerçekleştirmek amacıyla düzenlenmiş, özel toplantı ve çalışma masaları yaptırılmıştır. Babasının çalıştıramadığı, verim alamadığı için dağıtmak durumunda kaldığı ilk ekipte yer alan isimlerin o günün en tanınmış bilim simaları olduğunu, çoğunlukla

² Mitat Artun, eğitimcidir. 1943 yılında Maarif Vekâleti Yapı Enstitüsü Müdürlüğü görevine getirilmiş, bu görevi 1959 yılına kadar sürdürmüştür.

Siyasal Bilgiler Okulu'nun (A.Ü. SBF) hocalarından oluştuğunu hatırladığını belirtmiştir (görüşme notları: 24.06.2011, Ankara).

İlk heyetin başarısızlığı Hüseyin Orak'ı pes ettirmez, tersine arkadaşı Mitat Artun'la birlikte tanınmış kişilerle çalışmaktan vazgeçerek, özellikle ve çoğunlukla Muallim Mektebi'nin (şimdiki Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi) hocalarından oluşan yeter bilgide, çalışkan, mütevazı, sebatkar bir yazı heyeti oluşturulmasına karar verirler. Bu ekiple çok uyumlu, verimli ve çalışmanın neticelendirileceği zamana kadar uzun bir dönem birlikte olur.

TÜRKİYE KILAVUZU NASIL HAZIRLANDI?

Türkiye Kılavuzu hazırlık çalışmaları için öncelikle, bir çalışma programı yapılır. Çalışmaya katılacaklara, gidecekleri yerlerde hangi hususlara dikkat edileceği, ne tür bilgilerin toplanacağı konusunda bir eğitim verilir ve formlar geliştirilir. Geliştirilen formları test için ilk iş olarak İçişleri Bakanlığı'nda çalışan Nuri Alpay çeşitli illere gönderirler. Nuri Alpay'ın bu ilk temas ve tecrübeleri işlerin aksamadan yürümesi için alacakları tedbirler bakımından yararlı olur.

Yaklaşık iki yıl süren çalışmalar neticesinde yayınlanan "Coğrafya, tarih, ekonomi, ticaret, tarım, kültür, sosyal ve turistik bakımlardan Türkiye Kılavuzu" adlı eserin Birinci cildinin hazırlayıcıları olarak şu isimlere ve görevlere yer verilmiştir: Müteşebbis ve sahibi: Hüseyin Orak, Düzenleyip Yazanlar: Öğretmen Mitat Artun, Öğretmen Mustafa Nihat Özön³, Öğretmen Cevdet Alas, Öğretmen Reşat Özalp, Öğretmen Şaban Taşkın, Hüseyin Orak; Yurdu gezerek inceleme ve derlemeleri yapan: Nuri Alpay ve arkadaşları; Haritaları hazırlayanlar: Muhittin User ve Zeki Başaran, Ankara şehir planını hazırlayanlar: Hüseyin Orak,

³ Mustafa Nihat Özön, 1896 yılında İstanbul'da doğdu. İstanbul Darülfünunu Edebiyat Şubesi'ni bitirince (1923) öğretmenlik yapmaya başladı. Bu dönem, 1961'de Gazi Eğitim Enstitüsü edebiyat öğretmenliğinden emekli olana kadar, otuz sekiz yıl sürdü. Dergâh, Kalem ve Oluş dergilerinin yayımlanmasında etkin görev alan Özön'ün dil ve edebiyat alanlarındaki çalışmaları beş başlık altında toplanmaktadır. Edebiyat tarihçiliği, metin yayımları, sözlükçülük, çeviri çalışmaları, ders kitapları. Bu alanlardaki çalışmaları yaşamını kaybettiği 1980 yılına kadar yüz kadar kitapta toplanmıştır (<http://www.iletisim.com.tr/ki%C5%9Fimustafa-nihat-%C3%B6z%C3%B6n-565.aspx>, Erişim: 25.02.2012).

Mitat Artun, Desinatör Sabri Yetüman, Folklor kısımlarına yardım eden ve notaları veren: Ferruh Arsunar⁴, Merkez bürosunda çalışanlar: Nuri Katırcıoğlu, Enver Ener, Feyzi Adsız, Basım ve teknik düzenlemeler: Necmettin Candan, Yılmaz Orak (oğlu), olarak belirtilmiştir (Orak 1946: 2). Bu isimlerin dışında o günlerde Eskişehir Milletvekili olan Yavuz Abadan'da⁵ çalışmalara fiilen iştirak etmiştir (A. Sahavet Özbay'la görüşme notları: 24.06.2011, Ankara).

Çalışma esnasında yerinde tetkik ve bilgi toplama yollarının dışında şu eserlerden faydalandığı kaydedilmektedir: Hayat, İslam, Meşhur Adamlar ve İstanbul Ansiklopedileri, Küçük Asya, Evliya Çelebi Seyahatnamesi, La Turquie D'asie, Türkiye Coğrafyası (Faik Sabri Duran), İktisadi Türkiye (Hamit Sadi Selen), İktisadi ve İçtimai Türkiye, Türkiye Havzaları ve Anayolları, Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti Yayınları, Büyük Türkiye, Balneoloji⁶ (Dr. Rıza Reman), Orta

⁴ Ferruh Aksunar, dönemin önemli müzik ve folklor araştırmacısıdır. 1929 yılında Anadolu'ya gönderilen halk türkükleri derleme heyetine de yer almıştır. Türkülerin, oyun havalannın notaya alınmasında, bütün yurda yayılmasında Muzaffer Sarısözen ile birlikte çalışmışlardır. Köroğlu, Gaziantep Folkloru, En Güzel ve Seçme Şarkılar gibi önemli eserleri vardır. 21 Aralık 1965 yılında Ankara'da vefat etmiştir. (<http://www.turkuler.com/tgv/ferruh.asp>, Erişim: 25.02.2012).

⁵ Yavuz Abadan (1905-1967), Hukuk Fakültesini bitirdikten sonra Heidelberg Üniversitesi'nde doktora yaptı. Yurda dönüşünde bitirdiği fakültede doçent oldu. 1942'de profesörlüğe yükseldi. 1943-1946 döneminde Eskişehir Milletvekili seçildi. Sonra Siyasal Bilgiler Okulu'nda görev aldı. Okul fakülteye dönüştürüldüğünde dekanlığa getirildi (1952). Bu görevi sırasında Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü'nü kurdu, genel müdürlüğünü yaptı. 27 Mayıs 1960 sonrasında 147'lerle birlikte görevinden alınan Abadan, bir süre Berlin Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde dersler verdi. Hakları geri verilince Hukuk Fakültesinde ve Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisinde görev aldı. Çalışmaları, üniversite çevrelerinde "kamu hukuku ve siyasal bilime yapılmış önemli katkılar" olarak değerlendirildi. Başlıca yapıtları: Hukuk Başlangıç ve Tarihi (1935), Hukukun Gözü ile Milliyetçilik ve Halkçılık (1938), Türkiye'de Anayasa Gelişmelerine Bir Bakış (B.Savcı ile birlikte, 1959), Mustafa kemal ve Çetecilik (1964), <http://www.kenthaber.com/ic-anadolu/eskisehir/Kimdir/iz-birakan/yavuz-abadan>, Erişim: 25.02.2012).

⁶ Sözcük anlamı banyo bilimi olan balneoloji, yer altı, toprak, su ve iklim kaynaklı doğal terapötik faktörlerin bilimi olarak tanımlanabilir. Doğal şifalı sular, çamurlar ve iklimsel faktörler gibi doğal terapötik kaynakları fiziksel, kimyasal, biyolojik, jeolojik, hidrolojik, ekolojik ve medikal yönden inceler. Bu nedenle fizik, kimya, biyoloji, hidroloji, jeoloji, klimatoloji ve tıp gibi değişik bilim dallarını bünyesinde toplayan interdisipliner bir alandır. (<http://zehirlenme.blogspot.com/2010/10/balneoloji-ve-balneoterapi-nedir.html>, Erişim: 24.02.2012).

Yaylalar, Sıradağlar, Madenlerimiz, Güneydoğu, Asar ve Mahkukat, Kültür, Ziraat ve Ticaret İstatistikleri, İstatistik Yıllığı, DDY Nakliyat İstatistikleri, Köylerimiz ve Nüfus İstatistiği, Genel Nüfus, Hayvanlar, Meyveler ve Zeytincilik İstatistikleri, Anadolu Beylikleri, Ülkü, MTA, İktisadi Yürüyüş, Belediyeler ve Vilayetler Dergileri koleksiyonları, Turizm Kılavuzu, Halk Şairleri Antolojisi, Türk Dügünleri, İdari Taksimat, Bursa'dan Konya'ya Seyahat gibi önemli eserlerden ve Türkiye'nin muhtelif mikyasta haritalarından. (kaynaklar Hüseyin Orak'ın belirttiği biçimde nakledilmiştir) (1946).

Eserde halkın kullandığı dilin kullanıldığı vurgulanarak, yeni terimler ve eski tabirlerin de bu esasa göre alındığı kaydedilmiştir. İhsai malumat (sayıma ait bilgiler) hiçbir ekleme ve çıkarmaya tabi tutulmaksızın resmi kaynaklardan olduğu gibi aktarılmış, 1945 sayımı verileri ilk cildin yayımı esnasında yayınlanmamış olduğu için burada 1940 yılı sayımı verileri dikkate alınmıştır.

Türkiye Kılavuzu çalışmasının dikkat çeken bölümlerinden birisi de her il ve ilçede doktor, avukat, ebe, diş hekimi, tüccar, iş adamlarının isim isim verilmesidir. Bununla Kılavuzun yıllarca ihtiyaca cevap vermesi hedeflenmiş, hatta bu isimler belirlenirken o il veya ilçede mukim, yerleşik olup olmadıklarına bakılmıştır. Kitapta, bu ismi geçenlerden hiçbir şekilde hiçbir ücret alınmadığının da altı çizilmiştir.

İdari taksimat bakımından il, ilçe ve bucaklara kadar inilmekle birlikte köyler sayısal olarak ifade edilmiştir. Birinci ciltte Afyonkarahisar, Ağrı, Amasya, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bilecik, Bingöl, Bolu, Burdur, Bursa, Çankırı olmak üzere 14 il ele alınmış, bunların ilçelerine de büyüklüklerine göre değinilmiştir.

Her ille ilgili bölümün başında çalışmanın nasıl gerçekleştirildiği açıklanmış, ille ilgili saha çalışmalarını kimlerin yürüttüğü, bu kişilerin gittikleri yerlerde kimlerle görüştikleri, ayrıca ille ilgili bölüm yazılırken sahada elde edilen bilgiler dışında hangi kaynaklardan yararlandığı belirtilmiştir (25).

İllerle ilgili olarak genel olarak şu başlıklar altında bilgiler verilmiştir: İl nasıl yazıldı?, İl ve ilçelere nasıl gidilir?, İlin coğrafi Durumu: Arazi

durumu, iklimi, suları, ziraat ve bitki durumu, hayvancılığı, yeraltı servetleri ve madenleri, sanayi, dokumacılığı, ziraat ve bitki sanayi, hayvancılık sanayi, maden sanayi, ticareti, yolları, taşıtları, nüfusu ve idari bölümü; İlin coğrafi mevkii ve tarihi: Abideleri ve eski eserleri, nüfusu, ticareti, tüccar ve işadamları, taşıtları, otelleri, lokantaları ve berberleri, kiraathaneleri ve hamamları, kültürel ve sosyal durumu, doktor ebe ve avukatları, folkloru, yetiştirdiği büyük şahsiyetler ve milletvekilleri, sağlık durumu, içme suları, şifalı suları, ışık durumu, muhabere vasıtaları, eğlence ve mesire yerleri; İlçeleri...

Fotoğraflar ve haritalar gibi malzemelerle bezemiş "Türkiye Kılavuzu" gibi bir eserin, Cumhuriyet döneminde devlet eliyle ulus inşa etme sürecinde önemli bir işleve sahip olduğu söylenebilir. Yayınlandığı zaman, Milli Eğitim Bakanından Cumhurbaşkanına kadar birçok devlet adamından ve aydından aldığı övgüye değer takdiri de bu açıdan değerlendirmek mümkündür. Anderson'a göre, modernleşme sürecinde matbaa sayesinde yazılı iletişim imkânlarının artmasıyla oluşan yazılı kültür ortamında şekillenen kamuoyu ile bir devletin egemenlik temelini oluşturan halk topluluğunu "millet" olarak hayal etmek mümkün olmuştur. Uluslaşma sürecinde nüfus sayımı, harita ve müze olgusunu vurgulayan Anderson, bunun devletin mülkünü, bu mülkün coğrafyasını, yönetilen insanları doğasını ve eskiliğinin meşruluğunu nasıl hayal ettiğini derinden belirlediğini ifade eder (Anderson 1995: 182). Türkiye Kılavuzu isimli eser incelendiğinde; Anderson tarafından vurgulanan her üç husus ile birlikte il il birçok konuda değerli bilgiler aktarıldığı görülür. Kısacası, modern toplum yaşamı, giderek artan bir iletişim ihtiyacını, bütün yurttaşlarını belirli standartlar çerçevesinde eğitime gereğini ortaya çıkarır. Böylece modern toplumlar, bir yandan bütün halkın ortak iletişim aracı olan dilin standardını belirlerken, diğer yandan bu ve diğer standartları bütün topluma yaymanın araçları olarak eğitim gibi kurumları yaratmaya çalışır (Belge 2011).

Birinci cildi toplam 850 sayfa olarak basılan eser, 1750 kuruş fiyatla okuyucuya sunulur. Hüseyin Orak'ın Kızı Ayşe Sahavet Hanım'a imza-

ladığı nüshada belirttiği gibi, çocuklarının yurt seyahati ile başlayan bir süreç nihayete ermiştir: “Kızım Sahavet, Hayatımın ellinci yılında yazdığım aziz yurdumun bu rehberini sizden aldığım ilhamla hazırladım. Bu benim size bırakacağım mirasın en büyüğüdür. Çünkü onun içinde tüm dünyaya bedel Türk vatani vardır. Beni hatırladıkça bu eşsiz eserin içinde daima arar, bulur ve görürsün. Gözlerinden şefkatle öper, hayat yolculuğunun çetin yollarında mesut olmanı ulu Tanrı’dan dilerim. 27.03.1946.”

Burada, 19. yüzyılın ortalarından itibaren Osmanlı İmparatorluğu’nda gelişmeye başlayan; “atalardan miras kalmış topraklar”, “kendileri için kan dökülmüş topraklar” gibi deyişler temelinde şekillenen bir “vatan fikri”nin Orak’ın düşüncesinde önemli bir yer işgal ettiğini anlıyoruz. 1860-1870 yıllarında Namık Kemal tarafından güçlü bir şekilde dile getirilen vatan fikri, Jön Türk kuşağını da besleyerek 20. yüzyılın başında İmparatorluğun yönetici sınıfı ve seçkinlerinde “devlet vatanseverliği” ve “Türk milliyetçiliği” şeklinde billurlaşan temel iki kavrama ve ideolojik akıma hayat verdi (Georgeon 2006). Devleti, vatani korumak ve gerektiğinde kurtarmak duygusu ve düşüncesi, Osmanlı seçkinleri kadar cumhuriyet seçkinlerinde de oldukça baskın bir duygu ve düşüncedir. Resmî ideoloji, toplum üyelerinin milli birlik içinde, ülke bütünlüğünü ve bölünmezliğini savunmasını ve bu yönde davranmasını ister (Ünsal 1998). Cumhuriyetin kurucu kadrosunu ve yetişmekte olan kuşağı derinden etkileyen böyle bir duygu ve düşüncenin güçlü etkilerini, bizzat Orak’ın şahsında da müşahade ediyoruz.

Kitap çıktığı andan itibaren özellikle ülke yönetiminde bulunanlardan ve üniversite, milli eğitim çevrelerinden, medyadan çok olumlu tepkiler almıştır. Cumhurbaşkanı (Milli Şef) İsmet İnönü, çalışmaya ilişkin Hüseyin Orak’a gönderdiği kutlama mesajında: “Türkiye Kılavuzu, sebatlı çalışmanın kıymetli bir mahsulüdür. Cemiyetimizin her katı için faydalı ve her kitaplığımızın başlıca eserlerinden biri olacaktır.” (TK Broşür 1496) demiştir.

Çalışmanın en başından beri takip eden Maarif Vekili Hasan Ali Yücel de bir yazı ile kamuoyu-

na kitabın önemini anlatmak ister ve şu cümleleri yazar: “Memleketimizi içte ve dışta tanıttak eserlere ihtiyacımız büyüktür. Yurdumuzun tabiat güzelliklerini, tarih yadigarlarını, ürünlerini, ekonomik ve kültürel durumunu aydınlatan ve her meslekten insanı ilgilendirecek olan böyle bir kılavuzu çok bekledik. Hüseyin Orak’ın teşebbüsü ile vücuda gelen Türkiye Kılavuzu, bu ihtiyacımızı karşılamakta ve bekleyişimizin boşa olmadığını göstermektedir. Türkiye Kılavuzu ticaretle uğraşan ve yaşama konusu tabii olarak kar ve menfaat olan bir yurttaşın kazançlarını memleket sevgisi ile memleket yoluna vermesinin çok kıymetli bir örneğidir. “Herşey gibi para da memleket içindir” düşüncesinin bir hayal olmadığına Hüseyin Orak unutulmayacak bir misal vermiştir. Büyük emekle hazırlanmış bu eserin meziyetleri ve faydaları, kolayca tashih edilebilecek kusurlarını karşılayacak değerdedir. Fertçe ve devletçe bu hayırlı, hatta cüretli teşebbüsü desteklemenin bir vazife olduğu kanaatindeyim. Müteşebbisini ve çalışma arkadaşlarını takdirle karşılarım. Memleket irfanı adına kendilerine bütün yüreğimle teşekkür ederim (19 Mart 1946).” (TK Broşür 1946: 1). Kitapla ilgili olarak, TBMM Başkanı M. Abdülhalık Renda, CHP Genel Sekreteri N. Kansu, Dışişleri Bakanı Hasan Saka, Eskişehir Milletvekili Yavuz Abadan gibi siyaset adamlarının yanı sıra Enver Ziya Karal, Faik Reşit Unat, Ali Fuat Başgil, İ. Alaaddin Gövsa gibi kamuoyunca bilinen bilim adamı ve yazarlar da övgü dolu ifadeler kullanırlar (TK Broşür 1946). Ulus Gazetesi, “Çok Faydalı Bir Eser” başlıklı uzun bir değerlendirme yazısı yayınlamaya, Kılavuz’un neden yayımlandığını ve hangi amaçlara hizmet edeceğini aktarmıştır (20.03.1946). Son Telgraf Gazetesi’nde Reşad Feyzi Yüzüncü, eseri okuyucularına eseri anlatırken şu cümleleri kurmaktadır: “... Ağrı vilayetine dair bu memlekette kaç kişi ne bilir? Türkiye Kılavuzu adlı eserde, Ağrı vilayetindeki halk türküsüne, bu türkünün şivesine, notasına kadar her şeyi bulabilirsiniz. Yalnız Ağrı’ya mı düştü, hangi otelde kalacaksınız? Otellerin sayısına ve ismine kadar bu cilt içinde mevcuttur. Esere ilave edilmiş harita ve krokiler harikadır. ...” (27.03.1946). Türk Dili Gazetesi’nde Vehbi Evinç “Mühim Bir Eser” başlıklı yazısında eser üzenine övücü cümleler kurarken, her Türk

aydınının ve tüccarının bu eseri almasını önerir (28. 03.1946). Ankara Gazetesi'nde "Başkentin Kılavuzu" başlıklı makalede, Ankara bölümüne dikkat çekilerek çalışma takdirle karşılanmıştır (30.03.1946). Aydın Gazetesi'nde de "Türkiye Kılavuzu" başlıklı yazıyla eserin önemi üzerine uzun uzun durulmuş; "Gezmek görmek muhakkak ki okumak yazmak kadar faydalı bir iştir. Evvelce seyahatin zevki meşakındadır (*meşakkat: sıkıntı*) diyorlardı, bugün gezinin sırrı kılavuzdadır, diyorlar" cümlesiyle esere dikkat çekilmektedir (30.06.1946). Esere zamanın önemli yazarlarının ilgisini köşelerindeki övücü yazılardan takip mümkündür. Akşam Gazetesi'nde Va-Nu (31.03.1946), Sonposta'da İsmet Hulusi İmset (31.03.1946), Burhan Cahit (03.04.1946), Mithat Cemal Kuntay (03.03.1946), Pazar Gazetesi'nde Aygün (01.04.1946), Cumhuriyet'te Abidin Daver (2.04.1946), Yeniçağ Mecmuası'nda Orhan Seyfi Orhon (06.04.1946), Türk Yolu Gazetesi'nde Cevdet Baykal (12.04.1946), Ülkü Dergisi'nde Ali Gündüz (16.04.1946) bu eserin önemi üzerine çok takdir edici yazılar kaleme almışlardır. Ancak Vakit Gazetesi'nde Hakkı Süha Gezgin'in kitaba ve hazırlayıcısına övgüsü çok dikkat çekicidir. Gezgin, daha önce hiç bilmediği, tanımadığı bu garip iş adamının çalışmasını "Gayret Himalayası" olarak niteler (30.04.1946).

Her kesimden olumlu, övgü ve takdir dolu desteğe rağmen Türkiye Kılavuzu'nun birinci cildi halkta ilgi görmez. Hüseyin Orak için maddi sıkıntılar bu aşamadan sonra aşılmaz olur. İşyerleri, fabrikaları, evi ipoteklidir. Kitaptan dolayı büyük bir borç yükü altına girmiştir. Resmî kurumlar satın alınması için genelgeler yayınlamalarına rağmen kendileri tahsisatları olmadığı gerekçesiyle kitaptan doğrudan alıma gitmemişler; 1750 kuruşluk fiyat da o günün şartlarında halk tarafından çok bulunmuştur.

İşe bir vatan borcu olarak başlayan, ciddi bir sosyal sorumluluk anlayışı içinde hareket eden, karşılığında büyük bir eser oluşturan Hüseyin Orak, borçlarının altından kalkamaz hale gelir. Kamuoyunun bu derin ilgisizliğine karşı tepkisini elindeki tüm kitapları ve yayınlanacak ciltlerin dokümanlarını, taslaklarını sahibi olduğu Ankara Dikmen Keklikpınarı'ndaki kireç ocaklarında

yakarak gösterir (Ayşe Sahavet Özbay'la yüz yüze görüşme notları: 24.06.2011, Ankara). Evini satar, işyerlerini satar, tasfiye eder, kadim dostlarının da kısmi yardımlarıyla hayatını sürdürmeye uğraşır. Ancak iş hayatından kaynaklanan sorunları ailevi durumuna da etki eder. Eşinden ayrılır, sonraki yıllarda yeniden ticari hayatını canlandırmaya uğraşır, çok başarılı olamaz. Hayata asker olarak başlamış olmak, değişik dönemlerde askeri vazifeler ifa etmek ilerleyen yaşında işe yarar, kendisine Millî Savunma Bakanlığı'na bir miktar gazi emekli-malul aylığı bağlanır. Büyüüp iş gücü sahibi olan çocuklarının da katkılarıyla yaşamını sürdürür ve 1968 yılında vefat ettiğinde askeri törenle, Ankara Cebeci Askeri Şehitliği'nde toprağa verilir (Ayşe Sahavet Özbay'la yüz yüze görüşme notları: 24.06.2011, Ankara).

TÜRKİYE KILAVUZU İÇİNDE AYDIN İLİ

Türkiye Kılavuzu'nun 375. Sayfasından 422. Sayfasına kadar olan bölümü Aydın iline ayrılmıştır. Bölümün nasıl yazıldığı anlatıldığı kısmında, Son Posta Gazetesi yazarlarından Hulusi Günay'ın il merkezini ve ilçelerini birer birer gezerek incelemeler yaptığını, bilgiler topladığını, bu bilgilerin yer aldığı kaynakları edindiğini ve ayrıca pek kişi ile görüştüğünü, Aydın iline dair yazılmış genel eserleri ve yerel kitapları, broşürleri, halkevi yayınlarını gözden geçirdiğini belirtirken; il hakkında bilgi veren kişiler de şu şekilde sıralanır: Vali Saim Gündoğan, Aydın Mektupçusu Şevki Bilsel, Aydın Parti Reisi Ethem Menderes, Nazilli Kaymakamı Feyzi Akkor, Nazilli Pamuk Kooperatifi Müdürü B. Rifat, Çine ileri gelenlerinden Hidayet, Söke'de Rıfkı Ulusoy, Halkevleri mensupları ve bölge öğretmenleri (1946: 377).

Kılavuzda ile ülkenin diğer yörelerinden ulaşımın nasıl olacağı da anlatılmaktadır. Aydın'ın, demiryolu üzerinde ve Ege'nin işlek ticaret merkezlerinden birisi olduğu ve buraya Afyon, İzmir, Denizli, Isparta, Burdur illerinden trenle ulaşılacağı, ayrıca denizyolu ile Antalya'ya, Antalya'dan karayolu ile Burdur'a ve Burdur'dan trenle yine Aydın'a ulaşılacağı bilgisi yer alır. Aydın ilinin yolları ile ilgili de çalışmada detaylı

bilgi aktarılır. O zamanki 63 il arasında demiryoluna en erken ulaşan illerden birisi olarak Aydın zikredilir. 19. yüzyılın ortalarında Aydın'ı İzmir'e bağlayan 133 kilometrelik bir demiryolu hattı yapıldığı, bu yolla Aydın-İzmir arasındaki zengin ovaların ürünlerinin İzmir limanına aktarıldığı belirtilir. Yolun Aydın yönünden 31. kilometresinde yer alan Ortaklar İstasyonu'ndan güneye bir demiryolu ayrıldığı ve bu yolun 22 kilometre sonra Söke'ye ulaştığı kaydedilir. Bu şekilde de 51 kilometrelik bir hat ile Aydın ve Söke'nin birbirine bağlandığı, bunun dışında 131 kilometrelik demiryolu ile Denizli'ye ulaşım olduğu ifade edilir. Büyük Menderes'e paralel olan bu yolun Aydın'ın doğusundaki Köşk, Sultanhisar, Kılavuzlar bucaklarına uğrayarak Nazilli ilçesine oradan da Kuyucak bucağına ulaşır. Oradan da Horsunlu, Burhaniye istasyonlarını geçerek Denizli sınırlarına girer. Bozdoğan, Çine, Karacasu ilçeleri demiryolu dışında kalır. İlin en başta gelen karayolu ise il merkezini Muğla'ya bağlayan 114 kilometrelik yoldur. Bu yol Çine ilçesi üzerinden geçer. Yolun her mevsimde her çeşit vasıtanın geçmesine elverişli olduğu belirtilir. Yine o dönemde Aydın'ı Denizli'ye, Nazilli'ye ve Sarayköy'e bağlayan 139 kilometrelik bir karayolu bulunmakla birlikte 70 kilometrelik kısmı pek muntazam değildir. Bir kısmının ise toprak tesviyesi yapılmış durumdadır. Aydın'dan İzmir'e kadar giden bir karayolu da vardır bu yol da 161 kilometredir ve bir kısmı muntazam şosedir, bir kısmı da araba geçmesine elverişlidir. Aydın ili yolları üzerinde tek atlı ve iki tekerlekli ve çift atlı, yük, yaylı arabaları, kamyon ve otomobil nakliyatı yapılabildiği gibi deve, eşek ve atlardan da istifadenin mümkün olduğu kaydedilir (1946).

Ülkemiz genelinde karayolu ve demiryolu ağındaki gelişmeyi, Osmanlı'dan başlayarak Cumhuriyet döneminde de devam eden modernleşme ve kalkınma hamleleri çerçevesinde sürdürülen ulaşım politikalarının bir parçası olarak görmek gerekir. Özellikle 1850'den sonra, demiryollarının yapılması ve bir karayolu ağının oluşturulması, ulaşım ve iletişim imkânlarını artırarak Osmanlı toplumunda yaşanmakta olan değişime yeni bir boyut ve hız katmıştır. Bu sayede yalnızca kıyı kesimlerinde değil, aynı zamanda iç bölgelerde de kentleşme oranları yükselmeye

başlamıştır. Başlangıçta tarım sektöründe başlayan değişim, zamanla diğer sektörlerle de yayılmıştır (Karpaz 2006).

Toplumsal değişim sürecinde o yılların Aydın'ına bakıldığında; bir kentin sosyo-kültürel bakımdan dönüşümünde ulaşım ağının önemli bir oynadığını kaydetmek gereklidir. Osmanlı İmparatorluğu, 18. ve 19. yüzyılların değişim ve dönüşümlerinden geçerken Osmanlı ekonomisi ve piyasaları esas olarak liman kentlerinden iç kesimlere doğru kollara ayrılan yol ağlarıyla Avrupa piyasalarına bağlanarak onların etkisi altına girdi (Kasaba1998: 16). Bu dönemde Osmanlı İmparatorluğu'nun Batı ya da Avrupa merkezli modernleşme projesine çevreselleşerek eklenmesi, Osmanlı ekonomik ve toplumsal yapısında yol açtığı değişmeye paralel olarak kentlerde de bir değişim yaratıyordu. Özellikle önemli liman kentlerinde değişen ticaret biçimi ve kentlerin değişen dış bağlantıları, şehirlerde geleneksel merkez dışında yeni bir modern merkezin doğmasına neden oluyordu. Şehir içi ilişkilerin yaya olarak kurulması terk ediliyor, bağlantıları bundan böyle araba ve tramvay gibi toplu taşıma araçları sağlıyordu. Bu da şehir nüfusundaki artışlara bağlı olarak yeni alanların iskâna açılması anlamına geliyordu. (Tekeli 1998).

Çalışmada Aydın'ın coğrafi yapısı, arazi durumu, iklimi, suları, hayvancılığı, yeraltı servetleri ve madenleri, sanayi üzerinde durulmaktadır. Coğrafi durumu belirtilirken, komşu olduğu iller belirtilir ve yüzölçümü 7580 km² olarak kaydedilir (Günümüzde ilin yüzölçümü 8.007 km².)

O günün idari taksimatı içinde ilin beş ilçesi bulunmaktadır: Bozdoğan, Çine, Karacasu, Nazilli, Söke. Çalışmada anılan beş ilçeye ilişkin de yine ayrıntılı olarak yer verilmiştir (Günümüzde Aydın'ın ilçeleri: Bozdoğan; Buharkent, Çine, Didim, Efeler, Germencik, İncirlioca, Karacasu, Karpuzlu, Koçarlı, Köşk, Kuşadası, Kuyucak, Nazilli, Söke, Sultanhisar, Yenipazar olmak üzere 17 olmuştur.)

İlin arazi durumu, iklimi, suları gölleri ve bataklıklarına da yer verilen çalışmada, "il arazisinin kuzey ve güney tarafları dağlıktır. Orta kısmı Büyük Menderes ırmağının doğu-batı yönünden geçtiği hareketli bir ovardır. Bu ova tamamıyla je-

olojik çöküntüye uğramış bir sahanın üzerindedir" (1946) denilirken, dağları, tepeleri, göller, bataklıklar hakkında da bilgi aktarılır.

Ziraat ve bitki durumunun anlatıldığı bölümde, Aydın ilinin kuzey ve güney ilini kaplayan dağların çıplak olmamakla birlikte her tarafında geniş ormanlıkların bulunmadığı, ilin ormanlık alanının 180 bin hektar civarında olduğu, Gökbel ve Madran dağlarındaki fidanların zikretmeye değer bulunduğu, yeşil meşe, mersin, kocayemişi, defne gibi her mevsim yapraklarını dökmeyen ağaçların olduğu, ağaçlıklar arasında yer yer otlakların bulunduğu kaydedilir. Buralarda nergisler, laleler, yaseminler, lavanta, nane, kekik, adaçayı gibi kokulu bitkilerin yetiştiği, meyve ağaçları ve palamutlukların oldukça geniş alanı işgal ettiği belirtilir. İl arazisinin ortası doğu-batı yönünden uzanan geniş bir ova olması ve buralarda yetişen çeşitli ve bol ürünler dolayısıyla Aydın'ın Türkiye ekonomisinde önemli bir yer tuttuğu kaydedilir. "Cihanda emsaline tesadüf edilemeyen incir bahçeleriyle, portakallıklar, zeytinlik, bağ ve meyvalıklar bu ovanın tabii gelirlerini teşkil eder" derken, ovada pamuk, susam, tütün, kendir, buğday, arpa, mısır, pirinç, darı, patates, bakla, nohut, mercimek ekildiğini belirtirken; ovanın esas verimli ekonomik kaynakları olan incir, pamuk, zeytin ürünleri konusunda da ayrıca bilgi verilir. İncirliklerin ilde 16 bin hektar araziye işgal ettiğini, Türkiye'nin incir üretiminin onda birinin burada yapıldığını da belirtir. Mahallinde kurutulan incirlerin başta İzmir olmak üzere iç pazara sevk edildiği, İzmir'de yeniden standardize edilerek işlendikten sonra dış pazarlara satıldığı anlatılır. Pamuk konusunda da önemli bilgiler verilir. Türkiye'nin pamuk yetiştiren illeri içinde Aydın'ın dördüncü olduğu, yetiştirilen pamukların bir kısmının ildeki tezgâhlarda dokunup bir kısmının ise iç ve dış pazarlara satıldığı, Nazilli Sümerbank Fabrikası ile birlikte mühim bir kısmının burada değerlendirildiği, keza işlenen verimli toprakların 53 bin hektarlık bir kısmının da zeytinlik olduğu ortalama her yıl 35 bin ton zeytin üretildiği bilgisine yer verilir (1946).

Aydın ilinin hayvancılıkla ilgisi konusunda halkın mühim bir kısmının tarımla uğraştığı, ot-

lakların arazinin yayla kısımlarında bulunması dolayısıyla daha ziyade Yörüklerin hayvancılık yaptığı bilgisi aktarılır. İlde yarım milyon kadar hayvan bulunduğu, bunların yüzde 33'ünün koyun, yüzde 29'unun keçi, yüzde 27 sığır ve geri kalanının da taşımacılıkta ve tarım işlerinde kullanılan eşek, at, manda ve deve gibi hayvanlardan oluştuğu aktarılır (194).

Yer altı servetleri ve madenleri başlığı altında, büyük işletmelere elverişli madenler bulunmadığı kaydedilir. Gölhisar-Şahmalı köylerindeki linyit, krom ve zımpara madenleri dışında henüz işletilen bir maden bulunmadığı da belirtilir. Keza MTA tarafından il arazisinin incelendiği, Burhaniye civarındaki linyit madeninin mahalli ihtiyaca yetecek kadar olduğu, büyük işletmelere elverişli bulunmadığı, Gerenez ve Söke'deki linyit damarları, Karacasu Seki mevkiindeki simli kurşun madenlerinin arama projelerinin de beklediği bunun dışında bir de cıva bulunduğu eklenmektedir (1946: 383). Aydın İstasyonuna 20 kilometre uzaklıkta Gölhisar-Şahmalı köylerinde Balcı Hamit veresesine ait linyit madeninden yılda 3500 ton üretim yapıldığı ve taşımalarının adi karayolu ile yapıldığı, kışın ise nakliyatın develerle ve at arabaları ile olduğu kaydedilir (1946).

İlde sınai durumun ileri olduğu, başta Nazilli Basma Fabrikası olmak üzere sabun, zeytinyağı, pamuk müesseselerinin bulunduğu ve hepsinin de toprak ürünlerini değerlendirmek üzere kurulduğu ifade edilir (1946:383). Dokumacılık, ziraat ve bitki sanayii, sabun fabrikaları, zeytinyağı fabrikaları tek tek sıralanır. Dokumacılık bahsinde, yüzlerce el tezgâhında diril, çarşaf, masa örtüsü, astarlık gibi çeşitli kumaşların dokunup mahalli ihtiyacı karşıladığı gibi çevre illere de sevk edildiği belirtilirken, orman ürünlerinin genel olarak Madran ve Gökbel dağlarındaki ormanlardan elde edildiği ve bunun pek az olduğu, incirlerin işlenmesinin İzmir'de yapıldığından kurutulduktan sonra sevk edildiği, sabun üretiminde ise ileri olduğu vurgulanır. Ömer Muharrem Apaydın, İbrahim Bosnalı ve oğullarının fabrikaları zikredilir, Apaydın'ın yıllık üretimi 1100 ton, Bosnalı'nın 700 ton olarak belirtilir. İstasyon civarında Rahmi Filibeli ve kardeşlerine ait fabrikada yılda 1500 ton zeytinyağı

ve 2000 bin ton pamuk preslendiği, İzmir yolundaki İsmail Hakkı Başlı'nın fabrikasında ise 700 ton, İstasyon Civarında Ekrem Çifçi'nin fabrikasında 450 ton zeytinyağı ve 200 ton pamuk, 50 ton prina yağı, Hilmi Yıldırım yağ fabrikasında 200 ton zeytinyağı üretilir. Bunların dışında ilçe ve bucaklardaki üretim tesisleri de tek tek sıralanır ve o yılların Aydın'ı anlatılır. Aydın ilinde 15 zeytinyağı fabrikası, 43 yağhane, sabun fabrikaları, pamuk, susam ve diğer bitkisel yağlar çıkaran fabrikalardan bahsedilir. 1937 yılında kurulan Nazilli fabrikasında yılda 15 milyon metre basma imal edildiği de kaydedilmektedir (1946: 383-385).

İlin ticari hayatının zeytinyağı, pamuk, sabun, incir başta olmak üzere palamut, turunçgiller, meyan kökü, bitkisel yağlar ve maden cevherleri üzerine olduğu, ihracatının İzmir limanı üzerinden olduğu, dış ülkelere özellikle meyan balı ve kökü, maden cevheri ve incir, palamut ihraç edildiği belirtilir (1946: 385).

İlin önemli bazı tüccar ve iş adamlarının adları ve işgal alanları da sıralanır. Tüccar ve iş adamlarının dışında büyük çiftlik sahipleri de sıralanır: "Umurlu köyünde Halit Çayır, Aydın'da Fuat Şahin, Halim, Ethem ve Aydın Menderes" (1946).

1940 yılında yapılan nüfus sayımına göre ilin nüfusu 146.000 kadın, 136.000 erkek olmak üzere 282.000 olup ilin merkez ilçe ile birlikte altı ilçesi, 14 bucağı, 459 köyü olduğu da aktarılmaktadır.

Çalışmada, Aydın'ın tarihi ve coğrafi mevkii üzerinde de durulmakta, abideleri, eski eserleri sıralanmaktadır. Aydın'ın otelleri çok azdır. Mehmet Ali Şahin'in Madran, İsmail Hakkı Sarıbay'ın Aydın Palas, Veli ve ortağının Ankara Palas, bunların dışında da ikinci, üçüncü sınıf sayılacak durumda bazı oteller ile köylüler için hanlar da bulunmaktadır. Ayrıca şehirde Ahmet Hakkı'nın Ege Lokantası ve Eyyup Doyuran'ın Doyuran Lokantası tavsiye edilecek mekanlardandır. Bilaloğlu Kıraathanesi ise o dönem en temiz ve güzel yer olarak belirtilmektedir. Park, Paşa ve Yayla adlı tarihi hamamları da yine yıkanma ihtiyacını giderecek yerler olarak zikredilmektedir (1946).

Aydın ilinin kültürel ve sosyal durumu ile ilgili bilgilerin de yer aldığı çalışmada, altı ilkokul, bir ortaokul, bir orta ticaret okulu, bir erkek sanat enstitüsü, bir akşam kız sanat enstitüsü ve merkeze bağlı bucak ve köylerinde 28'i öğretmenli olmak üzere 66 ilkokul bulunduğu daha birçok okulun yapımının da devam ettiği ve merkez ilçesinde okulsuz köy kalmayacağı ifade edilmektedir. Ayrıca orta dereceli okulları bitirenlerin tahsillerine İzmir'de devam ettikleri de aktarılmaktadır.

Şehirde biri Halkevi'ne ait kütüphane olduğu, gün aşırı çıkan Aydın Gazetesi ve Halkevi'nin yayınları bulunduğu, şehirde iki matbaa bulunduğu, birisinin CHP'nin emrinde olduğu, Türkiye'de yayınlanan gazeteleri ve eserleri Aydın'da her zaman bulmanın mümkün olduğu; ilde Demirspor ve Aydınspor adında iki spor kulübü bulunduğu, Kızılay, Hava ve Çocuk Esirgeme kurumlarının faaliyet gösterdiği de yine kaydedilmektedir (1946: 392-393). O yıllarda ilde bulunan doktor, diş hekimi, avukat, ebelerin de isimleri bulunmaktadır kılavuzda.

Türkiye Kılavuzu adlı çalışmanın en önemli yönlerinden birisi de illerin folkloruna dair bilgiler aktarmasıdır. Folklor kısmı ülkenin önde gelen araştırmacılarından Ferruh Aksunar tarafından hazırlanmıştır. Bu bakımdan da ayrıca değer taşımaktadır. Aydın ili bölümü folklor bilgileri yönüyle de değerlidir. "Büyük Menderes havzasını kendilerine yurt yapan Oğuz Türkleri'nin bir kolu olan Aydınlıların cedleri buralara, mensup oldukları Türk ırkının yüksek karakter, zevk ve adetlerini miras olarak bırakmışlardır. Bundan dolayı Ege türkleri denince raks, musiki, şiir akla gelir ki bilhassa Aydın bunların üçünün de en fazla inkişaf etmiş olduğu bir muhittir. Zeybek Türk milletinin hudutsuz neşe ve mertliğinin enginliklerini ifadeye yarayan varlıklardan biridir. Zeybek hürriyet, tabiat ve güzellik sembolüdür. Zeybek oyunu, zeybeğin iç dünyasını musikinin yardımıyla açıklayan bir ifadesidir. İşte Aydın bu tarz ifade sanatının kökleşmiş bulunduğu önde gelen bir ilimizdir. Aydın folklorunun kıyafeti, adeti, sazı, sözü, sevgisi, aşkın ızdırabı zeybek hayatında birleşir." (1946: 395). Bu bölümde Kadı Kuyusu Zeybek Türküsü'nün bestesi ve güftesi

de verilir: Ne oldu bize ne oldu/ yaylanın dikenleri gül oldu bize/ hısımm hısımm kinnedi bize/ Dön gel ağam dön gel berhudardayım/garip bülbül gibi intizardayım// kadı kuyusudur bizim köyümüz/ Germenciklidir aslımız soyumuz/ içimizden yine garip kaldı birimiz/ gel kavuştur sen hey boranlı dağlar/ elleri göğsünde bir gelin ağlar (1946).

Aydın ilinin yetiştirdiği büyük şahsiyetler ve milletvekilleri de çalışma içinde yer alır: Aşık Ömer, Dede Ömer, Ruşeni, Bezmi gibi büyük şairler 15. yüzyılın büyük âlimlerinden Molla Mekân, Fatih devrinin büyük âlimlerinden Muslihittin Mustafa, 18. yüzyılın başlarında vefat eden İshak Hoca namıyla şöhret olan Ahmet Efendi, 19. yüzyıl âlimlerinden Kuyucaklı Atıf Mehmet Efendi, felsefe ve hitabete dair eserleriyle meşhur Hami Paşa. O dönem Aydın'ı TBMM'de temsil eden milletvekilleri ise Adnan Menderes, Agah Sırrı Levend, Hulusi Alataş, Mazhar Germen, Nuri Göktepe ve Refet Arman'dır (1946: 396).

Aydın'ın sağlık şartları ile ilgili de bilgilere yer verilmekte genel olarak iyi olduğu belirtilerek, Büyük Menderes civarında bataklık yüzünden sıtma varsa da bunun için mücadele teşkilatının çalışmakta olduğu, 110 yataklı ve tam teşekküllü memleket hastanesinin Hükümetin Aydın'a bir armağanı olduğu, belediyenin sağlık teşkilatının muntazam çalıştığı, Aydın, Kanaat ve Memleket adlarında üç eczanenin olduğu ve uzman doktorların olduğu belirtilmektedir. Ancak şehrin kanalizasyonu ve mezbahasının bulunmadığı da kaydedilmektedir (1946).

Aydın ilinde demir borular içinde şehre getirilmiş bol ve kireci az içimi güzel sular olduğu, suyun şehre çeşmeler halinde dağıtıldığı gibi evlere de verildiği; bazı mahallelerde ve evlerde içmeye elverişli kuyu sularının tulumlarla çekildiği, bunlardan başka Pınarbaşı denilen yerde ve kaynaklar halinde çok iyi vasıfta gayet soğuk bir su daha olduğu bunun da hayvanlarla ve destilerle özel olarak şehre getirilip satıldığı aktarılır. Cilt, romatizma hastalıkları için elverişli olan şifalı su ve kaplıcalar da Türkiye Kılavuzu içinde aktarılır. Ilıca, Alangüllü Ilıcası, Çamurlu Ilıcası, Kızıl Ilıca gibi yerle hakkında da kısaca bilgi verilir (1946).

Şehrin elektrikle donatıldığı, bol ışık içinde olduğu ve her evde elektrik bulunduğu bilgisi aktarılır. Şehirde posta ve telgrafla iletişim kurulduğu, dâhili telefon irtibatları olmakla birlikte hariç illerle telefon bağlantısının bulunmadığı, yalnız Nazilli vasıtasıyla İzmir'le telefon bağlantısının mümkün olduğu kaydedilir. İlin eğlence ve mesire yerleri de çalışmada yer bulur. O zamanın Aydın'ında karşılıklı iki park bulunmaktadır. Aralarından bir yolgeçen bu parklar halkın tatil zamanlarında başlıca gezinti yerleridir. Yeşil parklar arasında bir de şehitler abidesi mevcuttur. Ayrıca şehrin eğlence yerleri arasında sinemalar da bulunmaktadır. Biri Halkevi, diğeri Park adında iki sinema vardır. Bunlara ek olarak Tellidere ve Pınarbaşı mesire yerleri de halkın çok itibar ettiği yerlerdir (1946).

Çalışmanın il merkezine ilişkin sistematizmini takip ederek ilçelere de kısa kısa değinilmiştir. Yukarıda da zikredildiği üzere, zamanın idari yapılanması içinde ilin üç ilçesi bulunmaktadır ve bu ilçelerin nüfusu, coğrafi konumu, ekonomik, sosyal, kültürel, ticari hayatı, önde gelen tüccarları ile ilgili bilgiler aktarılmıştır (1946).

Yukarıda Aydın'a dair aktarılan bilgiler, hiçbir uygarlıkta kent yaşamının, ticaret ve sanayiden bağımsız olarak gelişemediği tezini bir kez daha teyit etmektedir. Ne Antik çağda ne de modern zamanlarda bu kuralın dışında kalan bir örnek bulunmadığını ileri süren Pirenne'ye göre, "Bu evrensellik, zorunlulukla açıklanmaktadır. Gerçekten, bir kent grubu, ancak yiyecek maddelerini dışarıdan getirterek yaşayabilir. Ancak, bu dış alımın, buna denk düşen ya da bununla eşdeğerdeki mamul ürünlerin dışsattımıyla dengelenmesi zorunludur. Böylece, kentle çevresindeki kırsal bölge arasında sıkı bir karşılıklı hizmet ilişkisi kurulur. Bu karşılıklı bağımlılığın sürdürülebilmesi için ticaret ve sanayi vazgeçilmez öğelerdir; sürekli bir alışveriş sağlamak için birincisi, değişim amacıyla mal sağlamak için de ikincisi olmasaydı, kent yok olup giderdi (1994)."

Hiç kuşkusuz, bütün dünyada şehirler, içinde yer aldıkları toplumların özelliklerini yansıtır. Başka deyişle, toplumsal sistemi oluşturan diğer öğelerle ve bizzat toplumsal bütünü kendisiyle ilişki ve etkileşim içinde olan şehirlerin, tamamen kedilerine özgü karakteristikler göstermele-

ri beklenemez. Bu bağlamda Aydın'a bakıldığında; yurt içi ve yurt dışı ticarete sunduğu ürünlerin türleri, bunların üretim ve imalat süreçleri bakımında ne tümüyle modern öncesi veya geleneksel toplum yapısına ne de modern toplum yapısına has bir görünümde olmadığı görülür.

Geleneksel toplumlarda şehirler, genel olarak pazar ve mübadele merkezleridir. Küçük zanaat ve esnaf işletmeleri ağırlıklı bir yere sahiptir. İmalat sürecinde başta insan gücü olmak üzere kas gücünün sağladığı enerji başat bir konumdadır. Ekonomik hayatta iş bölümü ve uzmanlaşma sınırlıdır. Sosyal hareketlilik ve sosyal tabakalaşma bakımından da benzer bir manzara söz konusudur. Modern sanayi toplumlarında ise, şehirler hem sanayi ve ticaret merkezi özelliğine, hem de idari ve mali birçok işleve sahiptir. Buhar, motor ve elektrik enerjisi gibi organik temelli olmayan enerji kaynakları tarım ve sanayi üretim sürecinde; ulaşım ve haberleşmenin sağlanmasında çok önemli bir yere sahiptir. Toplumsal farklılaşma, tabakalaşma, iş bölümü ve uzmanlaşma daha ileri bir aşamadır (Kıray 1982: 265-266). Aydın'ın, 1940'lı yıllarda nispeten kendi içinde farklılaşmış ve ihtisaslaşmış iş düzeni ve ekonomik yaşamıyla, özellikle tarımsal ürünlere ve doğal zenginliklere dayalı ticaret hayatıyla modernleşme sürecini yaşamakta olan bir geçiş toplumunun temel karakteristiklerini göstermekte olduğu söylenebilir.

Kentleşme oranı ve kent-kır ayrımı bakımından şüphesiz nüfus faktörü önemli bir değişkendir. Nüfus, sadece toplumun devamını mümkün kılan bir biyolojik öge olarak değil; aynı zamanda iş-güç biçimlerini, dünya görüşünü, yaşam biçimini, dayanışma ve örgütlenme tarzını etkileyen bir faktördür. Aydın'ın 1940'lı yıllarındaki nüfusu kentleşme açısından değerlendirildiğinde; nüfusun tarım, sanayi ve hizmet sektörleri arasındaki dağılımıyla; kent nüfusunu oluşturan bireylerin tutum ve davranışlarındaki değişikliklerle nispeten giderek gelişen bir şehir manzarası sunduğu sonucuna ulaşılabilir.

SONUÇ

Çalışma bize 1946 yılının Aydın iline ilişkin ilginç ve önemli bilgiler aktarmaktadır. Kuşkusuz ki şehir tarihi bakımından pek çok alanda mu-

kayeseli çalışmalar üretmek için burada yer alan veriler dikkate alınacak bir kaynaktır. Ne yazık ki, yayınlandığı yıllarda ülkenin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve kültürel şartlar bu zor ve zahmetli bir o kadar da fedakarlıkla yapılan çalışmanın ürünü eserin yeterince anlaşılmasını ve değerlendirilmesini mümkün kılmamış; çok talihsiz gelişmeler yaşayan müteşebbisi Hüseyin Orak iflas etmiştir.

Günümüze Türkiye Kılavuzu'nun 14 ili kapsayan yayınlanmış birinci cildi intikal etmiştir. Ne yazık ki hazırlığı yapılmasına rağmen diğer ciltler yayınlanmadan imha olunmuştur. Dolayısıyla yayınlanan ciltteki illere ilişkin bilgiler çok önemli ve kıymetlidir. Bu illerden Aydın'a ait bilgilerin bazılarını günümüz verileri ve kaynakları ile karşılaştırdığımızda, aslında yakın zaman olarak ele alacağımız bir sürecin şehre etkilerini görebilmemize imkân sağlamaktadır.

Günümüz Aydın'ı, Türkiye'nin en kalabalık yirminci şehridir. Aydın ilinin nüfusu 2019 yılına göre 1.110.972'dir. Bu nüfus, 552.626 erkek ve 558.346 kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ise: yüzde 49,74 erkek, yüzde 50,26 kadındır. Yüzölçümü 8.116 km² olan Aydın ilinde kilometrekareye 137 insan düşmektedir. Aydın nüfus yoğunluğu 140/km²'dir. Bakıldığında kadın erkek oranında bir değişiklik bulunmamakla birlikte nüfusun muazzam arttığı görülecektir. Bunda kuşkusuz ki şehrin insanlara sunmuş olduğu ekonomik imkânların ve gelişen turizmin etkisi büyüktür. Aydın ili, ilçeleri dolayısıyla Ege Bölgesi'nde turizm ve geneli itibarıyla tarım açısından en gelişmiş iller arasındadır. Ege Denizi'ne kıyısı bulunan Didim ve Kuşadası gibi Türkiye'nin iki önemli turizm merkezi ve çok sayıda tarihi eseri ile turizm potansiyeli yüksektir. Türkiye'nin ilk demiryolu kurulan şehri olmakla birlikte Türkiye'nin en uzun ikinci tüneli buradadır. Nüfus bakımından Ege Bölgesi'nin İzmir ve Manisa'dan sonraki 3. büyük ilidir. Günümüzde Aydın ilinde 17 ilçe bulunmaktadır. Oysaki eserin yazıldığı yıllarda ilçe sayısı altı idi. Günümüzde ilçeleri, Efeler, Bozdoğan, Buharkent, Çine, Didim, Germencik, İncirliova, Karacasu, Karpuzlu, Koçarlı, Köşk, Kuşadası, Kuyucak, Nazilli, Söke, Sultanhisar, Yenipazar'dır. Aydın

kuzeyden İzmir, kuzeydoğudan Manisa, doğudan Denizli, güneyden Muğla illeri, batıdan Ege Denizi kıyılarıyla çevrilidir (Aydın Ticaret Odası 2021).

Şehir günümüzde Türkiye'nin ve dünyanın her yerine çok kolaylıkla ulaşım imkânı bulunan bir konumdadır. Ülkemizin önemli turizm merkezleri (özellikle, Kuşadası) arasında yer alan il, düzgün yollarla çevre illere ve dolayısıyla öteki bölgelere bağlıdır. Aydın-Muğla, Aydın-Denizli karayollarıyla, güneyde Ege ve Akdeniz kıyılarına ulaşılır. İzmir'e, Selçuk üzerinden kara ve demiryolu bağlantısı vardır. İlçe merkezleriyle düzenli karayolu, ayrıca Germencik, Sultanhisar, Kuyucak, Nazilli, Söke ilçeleriyle demiryolu bağlantılıdır. E-24 Aydın-Denizli ve Aydın-İzmir karayolu, yük ve yolcu trafiğinin yoğun olduğu yollardır. Yapımı tamamlanan Aydın-İzmir otoyolu, üçer şeritleri, viyadükleri ve 3000 metre uzunluğundaki tünelleri ile kara ulaşımında daha kısa, daha güvenli ve hızlı akışı sağlayacak, örnek bir bayındırlık hizmeti sunmaktadır. Otoyol, başta turizm ve ulaştırma olmak üzere, yöre ekonomisi her alanda büyük katkılar sağlamaktadır. Aydın ilinin en önemli turizm potansiyeline sahip olan Kuşadası ilçesini çevredeki il ve ilçelere bağlayan yapımı ve bakımı karayollarının sorumluluğuna giren üç anayol vardır. Bu yollar Kuşadası-Selçuk, Kuşadası-Söke, Kuşadası-Söke ayrımı-Davutlar yollarıdır. Aydın ilini batı-doğu doğrultusunda kat eden demiryolu üzerinde Söke, Germencik, İncirliova, Aydın Merkez, Köşk, Sultanhisar, Nazilli, Kuyucak ve Buharkent ilçeleri bulunmaktadır. Aydın il hudutları dâhilinde toplam demiryolu uzunluğu Söke-Buharkent arası 134,6 km'dir. Bunun 169 adedi serbest hemzemin geçit, kalan dokuz adedi bekçili/bariyerli hemzemin geçittir. İl dâhilinde sadece Kuyucak-Horsundu istasyonları arasında 34,20 uzunluğunda bir adet tünel vardır. İzmir-Aydın-Denizli arasında tamamlanan hızlı tren projesi ile demiryolu işletmeciliği daha modern hale gelmiştir. Kuşadası Limanı'ndan denizyolu ulaşımı sağlanmaktadır. Güvercin ada mendireğinin yapılmasıyla korunaklı hale gelmiştir. Limanın rıhtım uzunluğu 971 metre, su derinliği ise 15 metredir. Limanın gemi kabul kapasitesi 6'dır. Kuşadası limanı Türkiye'de denizyolu ile

en fazla giriş-çıkış yapılan limandır. Kuşadası ilçesinde ayrıca bir yat limanı mevcut olup, 630 adet yat kapasitesi ile yerli ve yabancı turistlere hizmet vermektedir. Diğer yat limanı ise 580 deniz, 600 kara kapasiteli olarak Didim ilçesinde bulunmaktadır ve 2009 yılında hizmete açılmıştır. Ege adalarında turistik ring yaparak Efes turu için günü birlik yabancı turist getiren yolcu gemileri, yatlar ve motorların yanı sıra, feribotlarla da Kuşadası-Sisam seferleri devamlı yapılmaktadır. Aydın İl Merkez Tepecik Beldesinde, daha önce Çıldır isimli, küçük çapta uçak, helikopter iniş ve kalkış işlemleri ile paraşüt eğitimlerinde kullanılan bir Havalimanı bulunmaktadır. Aydın - Çıldır (Stool tipi) Havaalanı 1990-1993 arasında tamamlanmıştır. Çıldır Havalimanı 2006 yılından itibaren, Askeri bir havalimanı olarak faaliyet göstermektedir. Havaalanı pistinin uzunluğu 1,435 metre olup, bu haliyle yalnızca pervane tipi uçakların iniş -kalkış yapabilmesine müsaittir. İzmir havalimanı 130 km. uzaklıktadır. İle hava yolu ile gelen ziyaretçiler İzmir Adnan Menderes Havaalanını kullanmaktadır. Çıldır Havaalanı yolcu taşımacılığına açıldığı takdirde Havayolu taşımacılığında kentin ihtiyacını karşılayacak hem de kente değer katacaktır (Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2021). 1940'lı yıllarla mukayese bile edilemeyecek bir ulaşım şebekesi kurulmuş durumdadır.

Eğitim alanında Aydın yirmi yıldan bu yana en başarılı iller arasında yer almaktadır. Ülkemiz genelinde erkeklerin yüzde 98,71'i, kadınların yüzde 93,72'si olmak üzere genelde yüzde 96,22 okuma yazma oranı mevcutken, bu oran ilimizde erkeklerde yüzde 99,09, kadınlarda yüzde 96,02, il genelinde ise yüzde 97,54 olup, Türkiye ortalamasının üzerindedir. Aydın ilinde Adnan Menderes Üniversitesi bulunmaktadır. Üniversite içerisinde Araştırma ve Uygulama Merkezi içerisinde Botanik Bahçesi ve Herbaryum Araştırma ve Uygulama Merkezi, Tarımsal Biyoteknoloji ve Gıda Güvenliği Araştırma Uygulama Merkezi bulunmaktadır. Üniversite 18 Fakülte, 3 Enstitü, 1 Devlet Konservatuvarı, 3 Yüksekokul, 19 Meslek Yüksekokulu, 29 Uygulama ve Araştırma Merkezi ile toplam 73 akademik birimde eğitim-öğretim veren 2017 yılı itibarı ile 55.955 öğrenci sayı-

sına sahip bir yükseköğretim kurumudur (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi 2021).

Büyük Menderes Nehri'nin suladığı ovalar üzerinde 800.700 hektar alanda kurulu Aydın ilinin yüzde 46'sında (368.336 hektar) tarım yapılmaktadır. Tarımsal yetiştiricilik alanında dört mevsim üretim yapılabilen topraklar polikültür tarıma elverişlidir. Sanayisi, ağırlıklı olarak tarımsal ürünleri işlemeye yönelik olan Aydın'da nüfusun yüzde 55'i geçimini tarım sektöründen sağlamaktadır. Ülkemizde incir ve kestane üretiminde birinci olan Aydın; zeytin, pamuk, enginar ve çilek üretiminde ikinci, yerfıstığı üretiminde ise üçüncü sıradadır. İlde 2016 yılında 182.775 ton incir, 259.237 ton zeytin, 326.475 ton pamuk ve 25.423 ton kestane üretilmiştir.

Aydın ili bir tarım ve turizm kenti olarak bilinmektedir. Ekonomik hayatın temelini oluşturan tarımın ağırlığı sanayi ve ticaret sektöründe yoğun olarak kendini hissettirmektedir. Nüfusunun yüzde 55'i geçimini tarım sektöründen sağlamaktadır. Aydın, ülkemizde üretilen bitkisel ürünlerden 29'unda Türkiye'de ilk 10 da yer alarak ülke tarımındaki önemini göstermektedir. İlimizde en çok katma değer yaratan bitkisel ürünler; incir, zeytin, pamuk ve kestanedir. İlimiz; incir, kestane, zeytin, Kereviz(sap), Tiritikale (yeşil ot) üretiminde Türkiye'de 1. sırada, enginar, pamuk ve çilek üretiminde 2. sırada, yerfıstığı ve mandalina (king) üretiminde ise üçüncü sıradadır.

Tarımdan sonraki ikinci önemli sektör turizmdir. Birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış, açık hava müzesi durumundaki il, 23 ören yerine, birçok tarihi, kültürel, turistik, doğal değerlere sahiptir. Turizmin her alanında potansiyele bulunan ve Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden olan Kuşadası ve Didim ilçelerine turistler konaklamak üzere gelirken, doğal, arkeolojik ve folklorik değerlere sahip diğer ilçelere de günü birlik ziyaretler yapmaktadır.

Aydın, son yıllarda sanayileşme sürecine girmiş ve bu konuda hızla yol almaya devam etmektedir. Sanayisi ağırlıklı olarak; tarımsal üretilen işleme yönelik gıda imalatı, tekstil ürünleri imalatı, makine ve ekipman imalatı, madencilik ve taş ocaklığı, otomotiv yan sanayi, beyaz eşya ürünleri imalatı ve kimyevi maddeler imalatın-

dan oluşmaktadır.

Sonuç olarak, 1940'lı yılların Türkiye'si de Aydın'ı da çok geride kalmıştır. O yıllarda yine önemli bir tarımsal üretim ve ticaret şehri olan Aydın, günümüzde bu niteliğini korumakla birlikte turizm bakımından da ülkemizin en önemli merkezlerinden birisine dönüşmüştür.

Türkiye Kılavuzu adlı bu çalışmanın araştırmacılar için iyi bir veri kaynağı olarak bütünüyle yeniden ihyası kuşkusuz ki çok yararlı olacaktır, fakat Aydın ili bölümünün üniversite, belediye veya valilik tarafından değerlendirilmesi şehir tarihi için önem arz edecektir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (1999). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*. Y. Alogan (Çeviren). İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Anderson, B. (1995). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*. İ. Savaşır (Çeviren). İstanbul: Metis Yayınlar.
- Ankara Ticaret Odası (ATO) (1936). 363 no.lu Hüseyin Orak'a Ait Evrak ve Oda Kayıt Dosyası, Ankara.
- Bauman, Z. (1996). *Yasa Koyucular ve Yorumcular*. K. Atakay (Çeviren). İstanbul: Metis Yayınları.
- Belge, M. (2011). *Militarist Modernleşme*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2000). *Kapitalizm Kalkınma Postmodernizm ve İletişim*. Ankara: Erk Yayınları.
- Ergüder, Ü. Yılmaz E. ve Kalaycıoğlu, E. (1991). *Türk Toplumunun Değerleri*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Georgeon, F. (2006). *Osmanlı-Türk Modernleşmesi (1900-1930)*. İstanbul: YKY.
- Giddens, A. (2004). *Modernliğin Sonuçları*. Çev. Ersin Kuşdil, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Karpat, K. (2002). *Osmanlı Modernleşmesi: Toplum, Kurumsal Değişim ve Nüfus*. A. Z. Durukan ve K. Durukan (Çevirenler). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Karpat, K. (2006). *Osmanlı'da Değişim, Modernleşme ve Uluslaşma*. D. Özdemir (Çeviren). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Karaveli, O. (2006). *Görgü Tanığı –Bir Gazeteci'nin Sıradışı Anıları*. İstanbul: Pergamon Yayınları.
- Kasaba, R. (1998). "Eski ile Yeni Arasında Kemalizm ve Modernizm", *Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kıray, M. (1982). *Toplumbilim Yazıları*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Orak, H. (1946). *Türkiye Kılavuzu*. İstanbul: İbrahim Horoz Basımevi.
- Pirenne, H. (1994). *Ortaçağ Kentleri*. Ş. Karadeniz (Çeviren). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Şengül, T. (2012). *Türkiye'nin Kentleşme Deneyiminin Dönemlenmesi, İçinde; F. Alpkaya ve B. Duru (Derleyenler), 1920'den Günümüze Türkiye'de Toplumsal Yapı ve Değişim*. Ankara: Phoenix Yayınları.

Tekeli, İ. (1998). Bir Modernleşme Projesi Olarak Türkiye'de Kent Planlaması, İçinde; S. Bozdoğan ve R. Kasaba (Derleyenler), *Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Türkiye Kılavuzu Hakkında Broşür 1 (1946), Ankara.

Ünsal, A. (1998). Yurttaşlık Zor Zanaat. İçinde; *75 Yılda Tebaa'dan Yurttaş'a Doğru*. İstanbul: Tarih Vakfı-Türkiye İş Bankası Yayınlar.

Yüksel, M. (2004). *Modernite Postmodernite ve Hukuk*. Ankara: Siyasal Kitabevi Yayını.

Gazete taramaları:

Aygün; Pazar Gazetesi (01.04.1946),

"Başkentin Kılavuzu" *Ankara Gazetesi* (30.03.1946).

Baykal, Cevdet; *Türk Yolu Gazetesi* (12.04.1946).

Cahit, Burhan; *Sonposta* (03.04.1946).

"Çok Faydalı Bir Eser" *Ulus Gazetesi* (20.03.1946).

Daver, Abidin; *Cumhuriyet* (2.04.1946).

Evinç, Vehbi; "Mühim Bir Eser" *Türk Dili Gazetesi* (28.03.1946).

Gezgin, Hakkı Süha; *Vakit Gazetesi* (30.04.1946).

Gündüz, Ali; *Ülkü Dergisi* (16.04.1946).

İmset, İsmet Hulusi; *Sonposta* (31.03.1946).

Kuntay, Mithat Cemal; *Sonposta* (03.03.1946).

Nurettin, Vala; (Va-Nu) *Akşam Gazetesi* (31.03.1946).

Orhon, Orhan Seyfi; *Yeniçağ Mecmuası* (06.04.1946).

"Türkiye Kılavuzu" *Aydın Gazetesi* (30.06.1946).

Yüzüncü, Reşad Feyzi, *Son Telgraf Gazetesi* (27.03.1946).

İnternet Erişimleri:

İletişim Yayınları, <http://www.iletisim.com.tr/ki%C5%9Ffi/mustafa-nihat-%C3%B6z%C3%B6n-565.aspx>, Erişim tarihi: 25 Şubat 2012.

Türkü Sitesi, <http://www.turkuler.com/tgv/ferruh.asp>, Erişim tarihi: 25 Şubat 2012.

<http://www.kenthaber.com/ic-anadolu/eskisehir/Kimdir/iz-birakan/yavuz-abadan>, Erişim tarihi: 25 Şubat 2012.

<http://zehirlenme.blogspot.com/2010/10/balneoloji-ve-balneoterapi-nedir.html>, Erişim tarihi: 24 Şubat 2012.

<http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?kim=hasanaliyuca>, Erişim tarihi: 24 Şubat 2012.

<https://www.ayto.org.tr/tr/kurumsal/102>, Erişim tarihi: 5 Mayıs 2021.

<http://www.adu.edu.tr/tr/bir-bakista-universite>, Erişim tarihi: 5 Mayıs 2021.

<http://www.Aydinkulturturizm.gov.tr/TR,64354/nasil-gidilir.html>, Erişim tarihi: 5 Mayıs 2021.

Yüz yüze görüşmeler:

Ayşe Sahavet Özbay (Hüseyin Orak'ın kızı) Görüşme günü ve yeri: 24 Haziran 2011, Ankara

Orhan Karaveli (Gazeteci -Yazar) Görüşme günü ve yeri: 14 Haziran 2011, İstanbul.



Zakir AVŞAR

İletişim, kamu yönetimi ve işletme alanlarında lisans ve yüksek lisans öğrenimleri gören Avşar, iletişim alanında doktora yaptı, doçent ve profesör oldu. Memuriyete Başbakanlıkta başladı ve değişik birimlerde görev yaptı. Bir süre TBMM'de Başkanlık Müşaviri olarak çalışan Avşar, sırasıyla Başbakanlık Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Başbakanlık Müşavirliği, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü ve Reklam Kurulu Başkanlığı görevlerinde de bulundu. RTÜK Üyesi ve RTÜK Başkanvekili olarak çalıştı (2000-2005). Başbakanlık Müşaviri olarak görev yaptı (2005-2010). Akademik ve mesleki çalışma alanlarıyla ilgili yurt içi ve yurtdışında yayınlanan makaleleri ve kitapları bulunan Prof. Dr. Avşar, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı olarak görev yaptı. 2015 yılında bir dönem ve 2018 yılında dokuz ay süreyle Michigan State Üniversitesi'nde misafir öğretim üyesi olarak bulundu. Şu anda Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı olarak görev yapmaktadır.

Anlatıya Dahil Olmanın Hikâye Anlatıcılığına Etkisi: Unutulmaz Turizm Deneyimlerinin Aracı Rolü*

The Effect of Narrative Transportation on Storytelling: The Mediation Role of Memorable Tourism Experiences

Büşra KAYA**, Murat GÜMÜŞ***

** (Sorumlu Yazar) Lisansüstü Öğrenci, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gölbaşı, 06830, Ankara.

E-posta: busra.kaya650@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6133-7518

*** Prof. Dr., Batman Üniversitesi, Yenişehir, 72000, Batman.

E-posta: muratgumus@yahoo.com

ORCID: 0000-0002-0761-6989

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlemler bilgileri:

Gönderilme tarihi: 14 Ağustos 2020

Düzeltilme: 23 Aralık 2020

Düzeltilme: 25 Aralık 2020

Düzeltilme: 3 Ocak 2021

Kabul: 5 Ocak 2021

Anahtar sözcükler: Anlatıya ulaşım, Hikâye anlatıcılığı, Unutulmaz turizm deneyimi, Türkiye.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 14 August 2020

Resubmitted: 23 December 2020

Resubmitted: 25 December 2020

Resubmitted: 3 January 2021

Accepted: 5 January 2021

Key words: Memorable tourism experiences, Narrative transportation, Storytelling, Turkey.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığına etkisinde unutulmaz turizm deneyimlerinin aracılık etkisini incelemektir. Günümüzde, postmodernizm ile deneyimsel pazarlama bağlamında unutulmaz turizm deneyimleri yaratmak oldukça önemli hale gelmiştir. Bu nedenle, hem hikâyelerin unutulmaz bir deneyim yaratma aracı olarak kullanılıp kullanılmayacağı hem de yaratılan bu deneyimin yeniden hikâyeleştirilerek anlatılıp anlatılmadığı bulgular sonucu tartışılacaktır. Araştırma, nicel yöntem ve nedensel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma evrenini, Türkiye’de yaşayan ve paket tur programlarına katılım sağlamış olan yerli turistler olmaktadır. Katılımcılardan toplam 250 geçerli veri elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler; faktör analizi (AFA ve DFA), güvenilirlik, regresyon ve aracılık etkisi analizleri yapılarak değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde, unutulmaz turizm deneyiminin aracı rolü ortaya koyulmuştur.

ABSTRACT

The aim of this research is to examine memorable tourism experiences through the effect of narrative transportation to storytelling. Nowadays, it has become very important to create memorable tourism experiences in the context of experiential marketing with postmodernism. Therefore, both the use of stories as a means of creating a memorable experience and whether this created experience is re-narration as a story will be shown. The research was prepared as a quantitative method and causal screening model. The population of the paper is the domestic tourists in Turkey who have joined a package tour program. A total of 250 valid questionnaires were obtained from the respondents. The obtained data were analyzed by conducting factor analysis (EFA and CFA), reliability, regression, and mediating effect analyses. The results show that memorable tourism experience has a mediating effect on the effect of narrative transportation on storytelling.

GİRİŞ

Hikâye anlatıcılığının, insanlığın var oluşu ile birlikte başladığı görüşü savunulmaktadır (Mathews ve Wacker 2009: 41). İnsanlık, var oluşunu, duygularını, bilgilerini ve davranışlarını hikâyeler aracılığı ile aktarmaktadır. Her insan, yaşantısındaki belirli anılarından bahsederken,

“Size bir hikâyemi anlatmak isterim.” ya da “Hayatımı yazsam roman olur.” şeklinde ifadeler kullanmaktadır. Bunun nedeni, sosyal bir varlık olan insanların, belirli deneyimlerini paylaşmak yoluyla iletişim kurarak, duygularını ifade etmesidir (Tekinalp ve Uzun 2019: 15). Turizm alanı, disiplinler arası yaklaşım ile ele alınmalıdır. Birçok disiplinden etkilenen bu alan-

da özellikle pazarlama, yönetim-organizasyon, iletişim gibi disiplinler hikâyeleri çokça kullanmaktadır. Bu kullanım, bilinçli bir şekilde yönetilerek, stratejik avantajlar yaratabilmektedir. Kurumsal hikâyeler yaratmak, vizyonlarını açıklamak ya da örgütsel iletişimin düzenini sağlayıcı yazılı veya sözlü aktarımlar için hikâyelerin kullanımı, daha güçlü organizasyonlar yaratmak adına etkili araçlar olabilmektedir. Bunun yanı sıra, pazarlama alanında hikâyeler ile tüketicide duygusal öncelik algısı yaratılabilir ve satın alma niyeti güçlendirilebilir (Zhong vd. 2017). Üstelik sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın güçlendiği günümüzde, tüketiciyi hikâyenin bir parçası haline getirerek üretici-tüketici yaratmak mümkün olacaktır. Araştırmanın amacı, anlatıya ulaşımın (hikâye kullanımı) hikâye anlatıcılığına etkisinde unutulmaz turizm deneyimlerinin aracılık etkisini sınamaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Anlatıya ulaşım

Green ve Brock'a (2000) göre anlatıya ulaşım sağlanır ise hikâyelerin, bireyleri gerçek hayata dair inançları ile ilgili olarak etkilediği görülecektir. Her hikâye, temelde bir fikri, görüşü bildirmektedir. Bireyler, bu fikirleri, kendi hayatları ve deneyimleri ile karşılaştırdıklarında farklılıklar gözlemleyebilir. Bu doğrultuda, bireyler kendileri ile ilgili olarak bir farkındalık, aydınlanma yaşayarak değişime yönelebilmektedirler. Green ve Brock (2000) anlatıların özümsemesini "ulaşım" ile adlandırmışlardır. Bu adlandırma, *Gerrig'in (1993) yaptığı açıklamaya dayanmaktadır: "Gezgin (herhangi biri) bir yolculuğa çıkar ve bu yolculuk esnasında birçok ulaşım aracı ile karşılaşır. Bu ulaşım araçları gezgini gerçek dünyasından uzaklaştırır. Gerçek dünyasına döndüğünde ise bu ulaşım ile değişmiş olacaktır."* Anlatıya ulaşım teorisi, bir bireyin özümsemiği bir hikâye ile değişmesini, farkındalık yaşamasını ortaya koymaktadır.

Anlatıya ulaşım, üç faktörden meydana gelmektedir. Bunlar; bilişsel, duygusal ve özümseme faktörleridir. İnsanları etkileme ve ikna süreçlerinde bilişsel etkenler sıklıkla kullanılmaktadır (Cacioppo vd. 1996). İnsanlar, kendilerine ait benzer duyguların yaşadığı araçlara il-

gi duyarak yönelecektir. Green ve Brock (2000), hikâyenin ne kadar özümsebilir ise o kadar akılda kalıcı olacağını ortaya koymuştur.

Hikâye Anlatıcılığı

Hikâyeler, kişisel deneyimlerin yorumlanmasında kullanılacak en önemli araçlardandır (Servidio ve Ruffolo 2016). Bruner'e (2002: 64) göre, insanlar hikâyeler aracılığı ile geçmiş anılarını rehber ederek, geleceğini inşa etmektedir. Seyahat hikâyeleri, deneyimleri iyileştirmek adına önemli bir üründür ve iyi bir seyahat hikâyesi okuyucu/dinleyici üzerinde etkili olabilmektedir (Hsiao vd. 2013). Seyahat hikâyeleri, turizm faaliyetlerini deneyimleme, düşünme, anımsama ve paylaşma sürecinde de oldukça önemlidir (Tivers ve Rakic 2012). Mossberg (2008), çalışmasında hikâyelerin deneyimleri anlamlı kıldığını vurgulamaktadır. Turizm hikâyelerinde turist, üretici-tüketici rolüyle hikâyelerin ortak yaratıcısıdır (Chronis 2012). Bu nedenle, hikâyeler turizm sektörünün merkezidir. Adaval ve Wyr (1998: 208), hikâyelerin deneyimleri yeniden hatırlamak için de etkili olduğunu yaptıkları çalışma ile ortaya koymuştur. Pizam (2010) yaptığı çalışmada, hikâyelerin turistler için gittikleri yer hakkında bilgi edinmek adına kullandığı bir araç olduğunu ortaya koymuştur. Yeni ve değişik bilgileri detaylandırmak ve akılda kalıcı olmasını sağlamak adına hikâyeler önem arz etmektedir. Bosangit vd. (2015) yaptıkları çalışmada, seyahat bloglarında yer alan hikâyelerin içeriklerini incelemişlerdir. Çalışma sonucuna göre, turistler seyahat hikâyelerini anlattıkları bloglarının merkezinde unutulmaz kişisel deneyimlerinin en anlamlı bölümlerine yer vermişlerdir.

Unutulmaz Turizm Deneyimi

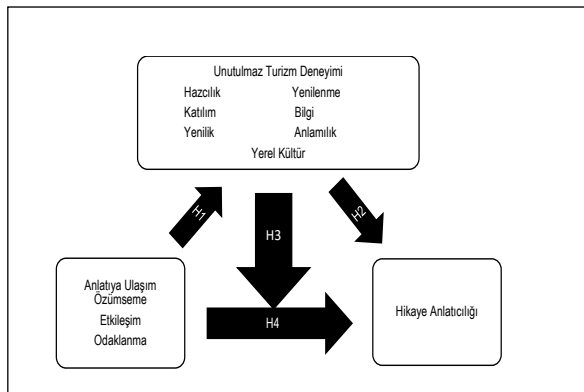
Jefferies ve Lepp (2012: 38) unutulmaz turizm deneyimlerini, büyük oranda hatırlanabilen ve kişiler için özel ve duygu yüklü, yenilenme ve kendini geliştirmeye yönelik, hayatlarının değişmesinde rol oynayabilecek deneyimler olarak yorumlamaktadır. Kim, Ritchie ve McCormick (2012), bir seyahatin sonradan pozitif olarak hatırlanabilir olmasını unutulmaz turizm deneyimleri olarak yorumlamaktadır. Bu görüşün aksine Tung

ve Ritchie (2011), unutulmaz turizm deneyimlerinin hem olumlu hem de olumsuz olarak hatırlanabileceğini ortaya koymuştur. Unutulmaz turizm deneyimleri, hafızada yer etmiş olan ve deneyimlendikten sonra dahi hatırlanan önemli olayların tamamı olarak tanımlanabilmektedir (Servidio ve Ruffolo 2016). Ek olarak, Knobloch, Robertson ve Aitken (2017), sıradan bir deneyimin, turistte oluşan aidiyet hissi ile unutulmaz turizm deneyimine dönüşmesinin mümkün olduğunu belirtmektedir. Unutulmaz turizm deneyimleri hatırlanabilir olması nedeniyle, kişilerin yaşanan deneyim ve keyfin pekiştirmesine yardımcı olmaktadır (Kim, Ritchie ve McCormick 2012). Günümüzde turistler, ürünlerin ötesinde bu ürünlerin hikâyelerini deneyimlemek istemektedir ve bu nedenle unutulmaz turizm deneyimleri turistlerin, özünde ulaşmak istedikleri asıl son haline gelmiştir (Pizam 2010; Tung ve Ritchie 2011).

Unutulmaz turizm deneyimlerini ölçmek için yedi boyuttan oluşan yirmi dört maddelik bir ölçek geliştirilmiştir (Kim vd. 2012). Kim'e (2010) göre unutulmaz turizm deneyimleri için gerekli yedi faktör vardır. Bunlar; hedonizm (hazcılık), yenilenme (canlanma), yerel kültür (sosyal etkileşim), katılım, anlamlılık, bilgi ve yeniliktir.

YÖNTEM

Araştırma, nicel yöntemle dayanmaktadır. Nicel yöntemlerden nedensel tarama modeli benimsenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Durumlar, kişiler ve nesnelere karşısında elde edilen davranış ve algıların, ölçülebilir ya da gözlemlenebilir sonuçlarının kıyaslanmasında kullanılacak sayısal verilerin bir araya gelerek yorumlanmasını sağlayan araştırma türüne nicel araştırmalar denilmektedir (Kozak 2018: 55). Nedensel tarama modelinde ise neden-sonuç ilişkisi kurularak bu modelin nasıl yönlendirileceği ortaya konmaktadır (Kothari 2004: 35). Araştırmada neden-sonuç (anlatıya dahil olma- hikâye anlatımı yaratımı) ilişkisi kurulmuş ve unutulmaz turizm deneyiminin aracılığı dahil edilerek modelleştirilmiştir.

Günümüzde postmodernizm ve değişen kuşaklar ile birlikte gelen değişen beklentiler, deneyim yaratmayı zorunlu hale getirmektedir (Kotler vd. 2016). Turistlere, var olan hikâyelerden ya da hikâyeleştirilmiş içeriklerden unutulmaz bir deneyim sunulabilir mi? Sunulan hikâyeler yeniden bir hikâye yaratarak paylaşım yaratır mı? Sunulan hikâyeler, unutulmaz bir turizm deneyimi elde etmeyi sağlayarak, turistin yeniden hikâyeleştirerek anlatmasına neden olur mu? Söz konusu araştırma soruları ışığında araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

- H1: Anlatıya ulaşımın, unutulmaz turizm deneyimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
 H2: Unutulmaz turizm deneyimlerinin hikâye anlatıcılığını üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
 H3: Anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde unutulmaz turizm deneyimlerinin anlamlı bir aracılık etkisi vardır.
 H4: Anlatıya ulaşımın, hikâye anlatıcılığı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini paket tur programlarına katılım sağlayan yerli turistler oluşturmaktadır. Örneklem olarak çalışmanın başlangıcında, yedi bölgeden 60'ar olmak üzere toplam 420 veri ile analizi gerçekleştirmek hedeflenmiştir. Örneklem hesaplama tablolarında da yüzde 95 güven aralığında olan çalışmalar için 500.000 ve üzeri evren sayısını 384 örneklemin temsil edebileceği görülmektedir. Ancak çalışmanın yürütüldüğü 2020 yılının Mart ve Nisan aylarında yaşanan

COVID-19 pandemisi nedeniyle veri toplama süreci kısıtlanmıştır. Marmara bölgesinde iki rehber aracılığı ile yüz yüze toplanan 61 veriden sonra çevrimiçi anket formları kullanılmıştır. Kolayda örnekleme kullanılmıştır. Çevrimiçi anket ile gerçekleştirilen veri toplama sonucunda 192 veri elde edilmiştir. Toplamda 252 veri elde edilmiştir. Ancak yüz yüze toplanan verilerden ikisi eksik doldurulmuştur. Bu nedenle 250 geçerli veri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Evreni temsil etme açısından yetersiz olan bu veri genellenebilirlik konusunda çalışmayı yetersiz kılmaktadır. Ancak Bryman ve Cramer (2001) örneklemin, anket formundaki madde sayısının en az beş katı olması gerektiğini belirtmiştir (Akt: Tavşancıl 2002). Bu bağlamda, araştırma verilerinin toplandığı anket formunda 40 madde bulması, 200 katılımcının yeterli olacağını göstermektedir. Genellenebilirlik konusunda yetersiz kalmasının yanında geçerli bir örneklem ile çalışma gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verilerini elde etmek için üç farklı ölçekten bir anket formu oluşturulmuştur. Çalışmada ilk ölçek; Kim, Ritchie ve Tung (2010), tarafından geliştirilen yedi boyut ve 24 soruluk unutulmaz turizm deneyimi ölçeğidir. İkinci ola-

rak Green ve Brock (2000) tarafından geliştirilen üç boyut ve 11 soruluk anlatıya ulaşım ölçeği ve son olarak Zhong, Busser ve Baloğlu (2017) tarafından oluşturulan beş soruluk hikâye anlatıcılığı ölçeği kullanılmıştır. Anlatıya ulaşım ve hikâye anlatıcılığı ölçek uyarlamaları için, dört uzman tarafından İngilizceden Türkçeye çeviri yaptırılmış sonrasında farklı dört uzman tarafından ters çeviri yapılmıştır. Elde edilen çeviriler sonucu araştırmacılar ölçeğin nihai haline karar vermişlerdir. Anket formunun ön testi için 50 katılımcı ile pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada turistlerin katılım derecelerini belirlemek amacıyla beşli Likert ölçeği kullanılmıştır.

Veri Analizi

İstatistik paket programa girilen verilerde kodlama hatası yapıp yapılmadığı kontrol edilerek hatalı kodlar düzeltilmiştir. Anket uygulaması sonucunda elde edilen verilerin analizinde çarpıklık basıklık analizi, faktör analizleri ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Yukarıda yer alan Tablo 1’de ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri ele alınmıştır. Örneklem sayısının düşük olduğu analizlerde, daha sağlıklı sonuçlar için bootstrap uygulanabilmektedir (Ankaralı, Yazıcı ve Ankaralı 2009). Bu nedenle, 250 adet örneklem için bootstrap (1000) uygulama-

Tablo 1. Normallik Dağılım Sonuçları (Çarpıklık-Basıklık)

Hikâye Anlatıcılığı	Normal Değer	Bootstrap	
		Minimum Değer	Maksimum Değer
Çarpıklık	-,899	-1,171	-,593
Basıklık	1,021	,143	1,890
Anlatıya Ulaşım	Normal Değer	Bootstrap	
		Minimum Değer	Maksimum Değer
Çarpıklık	-,580	-,861	-,261
Basıklık	,582	-,140	1,432
Unutulmaz Turizm Deneyimi	Normal Değer	Bootstrap (1000)	
		Minimum Değer	Maksimum Değer
Çarpıklık	-1,409	-1,857	-,510
Basıklık	4,579	,658	6,361

narak çarpıklık-basıklık testi ile ölçeğin normalliği sınanmıştır. Çarpıklık ve basıklık, yüzde 95 güven aralığında +1,5 ile -1,5 değer aralığında olmalıdır (Tabachnick ve Fidell 2013). Elde edilen bulgulara göre, unutulmaz turizm deneyimi için basıklık değeri bu durumu sağlamamaktadır. Ancak bu ölçeğin çarpıklık değerinin ve diğer ölçüklerin çarpıklık-basıklık değerlerinin beklenen aralıkta olması nedeni ile normal dağılımda olduğu varsayılarak analizler gerçekleştirilmiştir.

“Unutulmaz Turizm Deneyimi” ölçeği daha önce Türkçe diline uyarlanarak uygulanmıştır. Bu nedenle DFA ile geçerlilik analizi yapılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 2’de ölçeğe ilişkin uyum iyiliği bulgularına yer verilmiştir.

Unutulmaz Turizm Deneyimini oluşturan maddeler üzerinde doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış, yedi ana faktör olan hazcılık, yenilenme, yerel kültür, katılım, anlamlılık, bilgi ve yenilik ile 24 madde analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, uyum iyiliği değerlerini iyileştirmek adına, katılım faktörüne ait MTE13 ile MTE14 maddeleri ve yenilik boyutuna ait MTE21 ile MTE22 maddeleri arasında kovaryans oluşturularak modifikasyon gerçekleştirilmiştir. Bu işlem sonrası, analiz bulguları incelendiğinde ise modelin uyum iyiliği indeksleri Tablo 2’de görüldüğü gibi standart değerlerde çıkmıştır. χ^2/df (2,634) değerinin 3’ten küçük, CFI (0,91) ve IFI (0,91) uyum iyiliği değerlerinin ise 0,90’dan yüksek olduğu görülmektedir. Bu değerler ölçeğin uyumunun geçerli olduğunu ifade etmektedir. RMSEA değerinin 0,08 (Çekici vd. 2018) olması

mükemmel uyumu gösterirken, NFI değerinin (0,86), 0,85 ve üzerinde olması ölçeğin kabul edilebilir değerler içinde olduğunu göstermektedir (Hu ve Bentler 1999).

Unutulmaz Turizm Deneyimi ölçeğinin alt boyutları da ele alınarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Yukarıda yer alan Tablo 3’te analiz bulgularına yer verilmiştir. Ayırt edici geçerlilik incelenirken kullanılan yöntemlerden biri de Fornell ve Larcker (1981) tarafından formülleştirilen Çıkarılan Ortalama Varyans (ÇOV) değeridir. ÇOV standardize edilmiş faktör yüklerinin kareleri toplamının madde sayısına bölünmesiyle bulunur ve bu değer $\geq 0,50$ olması arzu edilir (Şencan 2005). Tablo 3’te görüldüğü gibi 0,50’nin altında açıklanan bir ÇOV değeri olmadığı için ayırt edici geçerliliği de sağlamaktadır.

Ayrıca, ayırt edici geçerlilik için farklı faktörlerin korelasyon değerlerinin, her bir faktör için bulunan ÇOV değerinin karekökünden düşük olması beklenmektedir. Ancak bu durum gerçekleşir ise ayırt edici geçerlilik sağlanmış olacaktır (Fornell ve Lacker 1981). Sonuç olarak Tablo 3’te görüldüğü üzere bütün ÇOV değerlerinin karekökü, faktörler arasındaki korelasyon değerlerinden büyüktür. Bu bağlamda; ölçeğin ayırt edici geçerliliği de sağladığı söylenebilir.

Unutulmaz turizm deneyimi ölçeğinden sonra, ilk kez uyarlanan anlatıya ulaşım ve hikâye anlatıcılığı ölçekleri için açımlayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir. Anlatıya ulaşım ölçeğinde öncelikli olarak ikinci, beşinci ve dokuzuncu maddeler ters kodlu olduğu için düzeltilmesi

Tablo 2. Unutulmaz Turizm Deneyim Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	Unutulmaz Turizm Deneyimi Uyum- İyiliği Değerleri	Standart Değerler
CMIN/DF (χ^2/df)	2,634	≤ 3 veya ≤ 5
RMSEA	,08	$\leq ,08$ veya $,10$
CFI	,91	$\geq ,90$
IFI	,91	$\geq ,90$
NFI	,86	$\geq ,90$ veya $,85$

Anlatıya Dahil Olmanın Hikâye Anlatıcılığına Etkisi: Unutulmaz Turizm Deneyimlerinin Aracı Rolü

Tablo 2. Unutulmaz Turizm Deneyim Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

<i>Faktörler ve İfadeler</i>	<i>Faktör Yüğü</i>	<i>t Değerleri</i>	<i>Birleşik Güvenilirlik</i>	<i>ÇOV</i>			
Unutulmaz Turizm Deneyimi			,973	,607			
Ölçeği							
1.Faktör: Hazcılık			,870	,627			
MTE1	,830	8,975					
MTE2	,719	9,705					
MTE3	,774	8,773					
MTE4	,839	10,138					
2.Faktör: Yenilenme			,841	,571			
MTE5	,687	8,764					
MTE6	,715	9,072					
MTE7	,817	5,950					
MTE8	,797	8,343					
3.Faktör: Yerel Kültür			,826	,614			
MTE9	,859	9,191					
MTE10	,771	8,554					
MTE11	,716	9,626					
4.Faktör: Katılım			,823	,609			
MTE12	,743	7,060					
MTE13	,844	8,052					
MTE14	,751	10,288					
5.Faktör: Anlamlılık			,847	,651			
MTE15	,883	8,879					
MTE16	,855	8,296					
MTE17	,667	9,848					
6.Faktör: Bilgi			,830	,621			
MTE18	,805	9,416					
MTE19	,832	8,624					
MTE20	,724	8,559					
7.Faktör: Yenilik			,841	,571			
MTE21	,689	9,691					
MTE22	,765	10,127					
MTE23	,773	9,964					
MTE24	,793	8,168					
	<i>Hazcılık</i>	<i>Yenilenme</i>	<i>Yerel Kültür</i>	<i>Katılım</i>	<i>Anlamlılık</i>	<i>Bilgi</i>	<i>Yenilik</i>
1-Hazcılık	,791						
2-Yenilenme	,236	,755					
3-Yerel Kültür	,244	,295	,783				
4-Katılım	,255	,317	,469	,780			
5-Anlamlılık	,263	,291	,465	,233	,806		
6-Bilgi	,247	,296	,406	,229	,275	,788	
7-Yenilik	,204	,232	,343	,196	,220	,217	,755

yapılmıştır. Hem anlatıya ulaşım hem de hikâye anlatıcılığı için her maddenin faktör yükü beklenen değer (0,40) üzerindedir. Bu nedenle tüm maddeler geçerli faktör yükünde olduğu görülmektedir (Tablo 4).

Bir ölçeğin geçerliliğini ortaya koymak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin ölçülmesi gerekmektedir. Bu değer en az 0,5 olması beklenir. 0,5 ile 0,7 arasındaki değerler yeterli olarak nitelendirilirken, 0,7 değerinin üzerindeki için iyi bir geçerlilik sağladığı söylenmektedir (Can 2018: 325). Aşağıda yer alan Tablo 4'te anlatıya ulaşım ölçeğinin 0,811 KMO değeri ile iyi bir geçerlilik sağladığı görülmektedir. Hikâye anlatıcı-

lığı ölçeğinin ise 0,757 KMO değeri ile iyi bir geçerlilik sağladığı görülmektedir.

Geçerlilik testlerinin yanı sıra ölçeğin ve alt boyutlarının güvenilirlik analizi incelenmiştir (Bkz. Tablo 4). Özümseme boyutu 0,886; odaklanma boyutu 0,757 olarak tespit edilmiştir. Çıkan sonuçta göre, etkileşim boyutuna ait madde sekizin değerleri olumsuz etkilediği görülmüş ve analizlerden çıkartılmıştır. Olması beklenen her bir faktörde en az üç maddenin olmasıdır. Ancak bu gibi yapısal sorunlar olduğunda iki maddeli faktörler de kabul görmektedir (Çakır 2014). Buna dayanarak eksiltelen maddeden sonra "Etkileşim" boyutunun güvenilirlik değerinin 0,786

Tablo 4. Anlatıya Ulaşım ve Hikâye Anlatıcılığı Geçerlilik ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Faktörler ve İfadeler	KMO Değeri	Faktör Yükü	Öz Değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans %	Cronbach Alpha (α)
Anlatıya Ulaşım Ölçeği	0,811					,706
1.Faktör: Özümseme			4,249	38,624	38,624	,886
NT1		,773				
NT3		,638				
NT4		,800				
NT6		,669				
NT7		,698				
2. Faktör: Etkileşim			2,469	22,448	61,072	,786
NT10		,761				
NT11		,765				
3.Faktör: Odaklanma			1,082	9,833	70,905	,757
NT2		,571				
NT5		,807				
NT9		,781				
Hikâye Anlatıcılığı Ölçeği	0,757		3,232	64,633	64,633	,863
ST1		,690				
ST2		,684				
ST3		,567				
ST4		,618				
ST5		,673				

olduğu görülmüştür. Ölçeğin genel Cronbach's Alpha değeri ise, 0,706 olarak görülmektedir. Bu sonuçlara göre, ölçek alt boyutlarının tamamı 0,60 ve 0,90 aralığında olduğundan oldukça güvenilir olarak yorumlanmıştır (Özdamar 1999; Akt. Tavşancıl 2006:29) Hikâye anlatıcılığı ölçeğinin genel Cronbach's Alpha değeri ise, 0,863 olarak görülmektedir. Bu sonuca göre, ölçek değeri, 0,60 ve 0,90 aralığında olduğundan oldukça güvenilir olarak yorumlanmıştır (Özdamar 1999; Akt. Tavşancıl 2006:29). Anlatıya ulaşım ve hikâye anlatıcılığı ölçeklerinde tüm faktör yükleri 0,50'nin üstünde gözlemlenmiştir. Bu nedenle ölçeğin faktör yükleri açısından da geçerliliği sağlanmaktadır.

BULGULAR

Araştırma hipotezleri doğrultusunda doğrudan regresyon ve process eklentisi ile aracılık etkisi analizleri yapılmıştır. Tüm analizler için değişkenlerin ve alt boyutların ortalamaları kullanılmıştır. Tablo 5'te anlatıya ulaşımın, unutulmaz turizm deneyimi üzerindeki etkisi incelendiğinde katsayı değerinin 0,67 olduğu görülmektedir. Bu etki, $p \leq 0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Bu bağlamda; anlatıya ulaşımın, unutulmaz turizm deneyimi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu bulgulara dayanarak, H1: "Anlatıya ulaşım, unutulmaz turizm deneyimine anlamlı etki etmektedir." hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin hangi faktörden geldiğine bakıldığında ise anlatıya ulaşım özelinde, unutulmaz turizm deneyimine etki eden en önemli faktörün özümseme olduğu görülmektedir. Bu durumu, hikâyelerin, bilişsele kıyasla daha çok duygusal etki yaratması ile açıklamak mümkündür. Özümseyerek içselleştirilmemiş bir anlatı, deneyimi unutulmaz kılmayacaktır. Bunun yanı sıra odaklanma faktörünün; hazcılık (Sig=0,439), yenilenme (Sig=0,298), yerel kültür (Sig=0,058) ve katılım (Sig=0,528) faktörlerine anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Turistler, yalnızca odaklanarak bir hikâyeye ulaşım sağladığında deneyimden haz alma, katılım sağlamış olma, yerel kültürü tanıma (sosyalleşme) ya da yenilenmişlik hissi çıktılarını elde etmemektedir.

Tablo 5'te yer alan unutulmaz turizm deneyiminin, hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisi incelendiğinde katsayı değerinin 0,61 olduğu görülmektedir. Bu etki, $p \leq 0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Bu bağlamda; unutulmaz turizm deneyiminin, hikâye anlatıcılığını üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu bulgulara dayanarak, H2: "Unutulmaz turizm deneyiminin, hikâye anlatıcılığı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır." hipotezi desteklenmiştir. Hikâye anlatıcılığına en çok etki eden faktör yenilenme (0,559) olmuştur. Bu değere en yakın faktör ise hazcılık (0,557) olarak görülmektedir. Bu durumda, turistlerin en çok, yenilediği ve haz duyduğu deneyimleri paylaştığı söylenebilmektedir. Tüm faktörler önemli düzeyde etkili olmasının yanında en düşük değerin yenilik (0,444) faktörüne ait olduğu ortaya konmuştur. Bu durumda; turistlerin, yeni bir olay/yer/mal ya da hizmet deneyiminden çok, edindiği deneyimin kendisinde uyandırdığı yenilenme hissini paylaşım için daha anlamlı bulduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 5'te yer alan analiz bulguları incelendiğinde anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığına olan etkisinde unutulmaz turizm deneyiminin aracılık etki oranı 0,27 olarak gözlemlenmiştir. Analizde, Hayes'in (2013) program için verdiği analiz modellerinden Basit Aracılık Modeli (4.Model) kullanılmıştır. Hayes'e (2013) göre, bu analiz ile modeldeki aracılık etkisinin bootstrap (5000) yöntemi kullanılarak yüzde 95 güven aralığında sınanması sağlanmaktadır ve çıkan değerler sıfırın üstünde olmalıdır. Sıfırın üstünde çıkan değerler modelde aracılık etkisinin olduğunu göstermektedir. Bu analiz sonucunda, yüzde 95 güven aralığında çıkan istatistiki değerler 0,180 ile 0,363 arasındadır. Bu bağlamda; anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığına olan etkisinde unutulmaz turizm deneyimlerinin anlamlı bir aracılık etkisi olduğu görülmektedir. Bu bulgulara dayanarak, H3: "Anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde unutulmaz turizm deneyimleri anlamlı bir aracı etki yaratmaktadır." hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 5'te yer alan anlatıya ulaşımın, hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisi incelendiğinde katsayı değerinin 0,46 olduğu görülmüştür. Bu etki

Tablo 5. Hipotezlere Ait Analiz Bulguları

<i>Bağımlı Değişken: Unutulmaz Turizm Deneyimi</i>	<i>β Katsayı</i>	<i>t değeri</i>	<i>Önem değeri</i>
H1: Anlatıya U. >> Unutulmaz T.D	,673	10,223	,000
Özümseme >> Unutulmaz T.D.	,658	13,773	,000
Özümseme >> Hazcılık	,590	11,943	,000
Özümseme >> Yenilenme	,556	10,523	,000
Özümseme >> Yerel Kültür	,493	8,922	,000
Özümseme >> Katılım	,607	12,021	,000
Özümseme >> Anlamlılık	,553	10,451	,000
Özümseme >> Bilgi	,575	11,075	,000
Özümseme >> Yenilik	,483	8,692	,000
Etkileşim >> Unutulmaz T.D.	,333	5,564	,000
Etkileşim >> Hazcılık	,123	1,957	,051
Etkileşim >> Yenilenme	,307	5,078	,000
Etkileşim >> Yerel Kültür	,262	4,276	,000
Etkileşim >> Katılım	,152	2,425	,016
Etkileşim >> Anlamlılık	,345	5,779	,000
Etkileşim >> Bilgi	,218	3,519	,001
Etkileşim >> Yenilik	,455	8,047	,000
Odaklanma >> Unutulmaz T.D.	,143	2,271	,024
Odaklanma >> Hazcılık	,049	-,775	,439
Odaklanma >> Yenilenme	,066	-1,044	,298
Odaklanma >> Yerel Kültür	,120	-1,906	,058
Odaklanma >> Katılım	,040	-,632	,528
Odaklanma >> Anlamlılık	,147	-2,347	,020
Odaklanma >> Bilgi	,147	-2,345	,020
Odaklanma >> Yenilik	,221	-3,575	,000
<i>Bağımlı Değişken: Hikâye Anlatıcılığı</i>	<i>β Katsayı</i>	<i>t değeri</i>	<i>Önem değeri</i>
H2: Unutulmaz T.D >> Hikâye A.	,609	12,107	,000
Hazcılık >> Hikâye A.	,557	10,571	,000
Yenilenme >> Hikâye A.	,559	10,609	,000
Yerel Kültür >> Hikâye A.	,520	9,599	,000
Katılım >> Hikâye A.	,466	8,305	,000
Anlamlılık >> Hikâye A.	,506	9,229	,000
Bilgi >> Hikâye A.	,510	9,342	,000
Yenilik >> Hikâye A.	,444	7,801	,000
	<i>Katsayı</i>	<i>%95 Güven Aralığı Bootstrap(5000) Sonuçları</i>	
H3: Anlatıya Ulaşım >> Unutulmaz T.D. >> Hikâye Anlatıcılığı	0,274	0,180-0,363	
<i>Bağımlı Değişken: Hikâye Anlatıcılığı</i>	<i>β Katsayı</i>	<i>t değeri</i>	<i>Önem değeri</i>
H4: Anlatıya Ulaşım >> Hikâye A.	,469	8,363	,000
Özümseme >> Hikâye A.	,520	9,598	,000
Etkileşim >> Hikâye A.	,296	4,882	,000
Odaklanma >> Hikâye A.	,064	-1,007	,315

$p \leq 0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Bu bağlamda; anlatıya ulaşımın, hikâye anlatıcılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu bulgulara dayanarak, H4: "Anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığı üzerinde anlamlı bir etki vardır." hipotezi desteklenmiştir. Anlatıya ulaşımına bağlı faktörler incelendiğinde, özümseme (0,520) faktörünün en çok etki eden faktör olduğu görülmektedir. Bunun aksine, odaklanma faktörü (Sig=0,315) anlamsızdır. Bu bağlamda; turistler, özümstedikleri hikâyeleri paylaşma eğilimindeyken odaklanmayı anlamsız değerlendirmiştir. Bunun nedeni, insanların şehrin kaosundan ve yoğunluğundan kaçmak istemeleri ve zihinsel odaklanma yerine duygularına hitap edecek deneyimleri tercih etmeleri olabilmektedir. Sonuç olarak hikâyeleri özümseyen, duygusal bir bağ kuran turistler bu hikâyeleri paylaşma eğiliminde olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonucunda, anlatıya ulaşımın unutulmaz turizm deneyimini etkilediği görülmüştür. Uygur vd. (2017), yaptıkları kavramsal çalışmada, turizm endüstrisinin hedef kitlesi için unutulmaz turizm deneyimlerine yönelik, hikâyelerin kullanımının önemli olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bu bağlamda, araştırmanın sonucu ile alanyazında yer alan bu çalışmaların sonuçları örtüşmektedir. Unutulmaz turizm deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisi olduğu görülmüştür. Alanyazın incelendiğinde bu etki, Zhong vd. (2017) ile Bose ve Biju'nun (2020) çalışmaları ile ilişkilidir. Zhong vd. (2017) çalışmalarından unutulmaz turizm deneyimlerinin, hikâye anlatıcılığını etkilediğini ortaya koymuştur. Bose ve Biju (2020) ise unutulmaz turizm deneyimlerinin ağızdan ağıza pazarlamaya etkisini ortaya koymuştur. Anlatıya ulaşımın, hikâye anlatıcılığı etkisi üzerinde unutulmaz turizm deneyiminin aracılık rolü de araştırma sonunda ortaya koyulmuştur. Yılmaz (2016), yaptığı çalışmada hikâyelerin, unutulmaz turizm deneyimine etki ettiğini ve turistlerin bu deneyimi paylaşma eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur. Buna ek olarak; Delgadillo ve Escalas (2004), yaptıkları çalışmada hikâyelerin, bellekte yer ederek tüketici davranışını etkilediğini belirtmişlerdir. Yazarlar,

bu durumun ağızdan ağıza pazarlamaya zemin hazırladığını ve ağızdan ağıza pazarlamanın da anlatı yapısına sahip olması nedeniyle bir hikâye anlatıcılığı şekli olduğunu belirtmektedirler. Buna bağlı olarak; alanyazında, doğrudan aracılık etkisi incelenmemiş olsa da doğrulanmış bu etkiye ilişkin benzer çıkarımların olduğu çalışmalar yer almaktadır. Son olarak anlatıya ulaşım da hikâye anlatıcılığına etki etmektedir. Alanyazında doğrudan anlatıya ulaşımın hikâye anlatıcılığına etkisine değinilmese dahi araştırma sonucuyla örtüşen bilgilere rastlamak mümkündür. Örneğin; Dönmez (2015) efsanelerin, ağızdan ağıza aktarılacak bir hikâye anlatıcılığı yarattığını ve bu anlatıların güçlü ikna edici özellikte olduğunu vurgulamıştır. Araştırmanın temelini oluşturan, turistlerin hikâye anlatıcılığı sürecinde unutulmaz turizm deneyimlerinin aracı etkisi, doğrulanmıştır. Bu temele dayanarak, turizm hizmeti sunan tüm kurumlar, işverenler ve hatta çalışanlar bilinçli bir şekilde turisti hikâye yaratabileceği bir deneyime çekmeli yahut unutulmaz deneyimler adına hikâyeler sunmalıdır. Bu şekilde turist, yaşadığı deneyimi başkaları ile paylaşma niyetine yönelecektir. Bu araştırma sonucuna göre; hikâyeler turist davranışlarını, turist deneyimlerini ve turizm pazarlamasını etkileyen önemli bir iletişim aracıdır. Aynı zamanda, turistlerin deneyimlerini hikâyeler aracılığı ile sunması, turisti aktif bir turizm aracına da dönüştürmekte ve turizm pazarlamasında güçlü bir anlatıcı haline getirmektedir.

Bu çalışma ile alanyazında yeterince çalışılmamış bir alanda eksikliğin giderilmesi ve gelecek çalışmalara yol gösterici olması amaçlanmıştır. Akademik anlamda, günümüzde popüler olan bir konuda rehberlik edecek bulguların sunulması çalışmayı önemli kılmaktadır. Sektörel anlamda ise gerek işletmeler gerekse destinasyonlar açısından hikâyelerin ve hikâyeleştirmenin kullanılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Çalışma bulgularına dayanarak bazı sektörel öneriler sunulabilmektedir:

Türkiye, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bir ülkedir. Bu nedenle, oldukça fazla kültüre ait hikâyelere sahiptir. Hikâyesi olan destinasyonların önemi artırılmalı ve hikâyesi olabildiğince

kişiyi aktarılmalıdır. Bu durum yalnızca turizm pazarlaması anlamında önem taşımayacak, aynı zamanda somut olmayan kültürel mirasın da gelecek nesillere aktarımı ile sürdürülebilirliğini arttıracaktır.

Seyahat acenteleri paket tur programları düzenlerken, hikâye içeriğine yönelik oranı arttırmalı ve hatta tur programının tanıtımını hikâyeler üzerinden gerçekleştirmelidir. Bu hem turlara çekimi arttıracak hem de tur bitiminde turistlerin başkaları ile deneyimini paylaşmasını sağlayacaktır. Gerçekleştirilen araştırma, kabul edilir olmasına rağmen Koronavirüs salgını nedeniyle az sayıda veriden meydana gelmiştir. Bu nedenle, daha fazla katılımcı ile yinelenabilir ve bulgular sınanabilir. Profesyonel turist rehberlerinin aktardığı hikâyeler ile ilgili bir vaka çalışması yapılabilir. Bu hikâyelerin, turistlerin tutum ve davranışlarına etkisi ya da rehberin hikâye anlatıcılığındaki anlatıcı rolünün etkisi incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Adayal, R. ve Wyer, Jr. R. S. (1998). The Role of Narratives in Consumer Information Processing, *Journal of Consumer Psychology*, 7 (3): 207-245.
- Ankaralı, H., Yazıcı, A. C. ve Ankaralı, S. (2009). A Bootstrap Confidence Interval for Skewness and Kurtosis and Properties of t-test in Small Samples from Normal Distribution, *Medical Journal of Trakya University/Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 26 (4): 297-305.
- Bosangit, C., Hibbert, S. ve McCabe, S. (2015). If I was Going to Die I Should at Least be Having Fun: Travel Blogs, Meaning and Tourist Experience, *Annals of Tourism Research*, 55: 1-14.
- Bose, J. ve Biju, M. K. (2020). Accommodation Preferences, Memorable Tourism Experience and its Outcomes – A Comparative Study on Homestays vs Other Accommodation among Tourists, *Test Engineering & Management*, 82: 13022-13035.
- Bruner, J. (2002). Making Stories: Law, Literature, *Life*, 23.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Feinstein, J. A. ve Jarvis, W. B. G. (1996). Dispositional Differences in Cognitive Motivation: The Life and Times of Individuals Varying in Need for Cognition, *Psychological Bulletin*, 119 (2): 197.
- Can, A. (2018). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Chronis, A. (2012). Between Place and Story: Gettysburg As Tourism Imaginary, *Annals of Tourism Research*, 39 (4): 1797-1816.
- Çakır, A. (2014). *Faktör Analizi. Doktora Raporu*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çekici, F., Gördesli, M. A., Arslan, R., Sünbül, Z. A. ve Malikoç, A. (2018). The Psychometric Properties of Mindfulness in Parenting Questionnaire (MIPQ) in Turkish Sample, *European Journal of Education Studies*, 5 (5): 175-188
- Delgadillo, Y. ve Escalas, J. E. (2004). Narrative Word-Of-Mouth Communication: Exploring Memory and Attitude Effects of Consumer Storytelling, *Acr North American Advances*, 31:186-192.
- Dönmez, M. (2015). Pazarlama İletişiminde Transmedya Uygulamaları: Örnek Olay İncelemeleri (*Basılmamış Doktora Tezi*) Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.
- Gerrig, R. J. (1993). *Experiencing Narrative Worlds: on The Psychological Activities of Reading*. Londra: Yale University Press.
- Green, M. C. ve Brock, T. C. (2000). The Role of Transportation in The Persuasiveness of Public Narratives, *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (5): 701.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation: A Regression-Based Approach*. New York: Guilford Press.
- Hsiao, K. L., Lu, H. P. ve Lan, W. C. (2013). The Influence of The Components of Storytelling Blogs on Readers' Travel Intentions, *Internet Research*, 23 (2): 160-182.
- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling, A Multidisciplinary Journal*, 6 (1): 1-55.
- Jefferies, K. ve Lepp, A. (2012). An Investigation of Extraordinary Experiences, *Journal of Park & Recreation Administration*, 30 (3): 37-51.
- Kim, J. H. (2010). Determining the Factors Affecting The Memorable Nature of Travel Experiences, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (8): 780-796.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B. (2014). Cross-Cultural Validation of A Memorable Tourism Experience Scale (MTES), *Journal of Travel Research*, 53 (3): 323-335.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. ve Tung, V. W. S. (2010). The Effect of Memorable Experience on Behavioral Intentions in Tourism: A Structural Equation Modeling Approach, *Tourism Analysis*, 15 (6): 637-648.
- Kim, J.-H., Ritchie, JRB ve McCormick, B. (2012). Development of A Scale to Measure Memorable Tourism Experiences, *Journal of Travel Research*, 51 (1): 12-25.
- Knobloch, U., Robertson, K. ve Aitken, R. (2017). Experience, Emotion, and Eudaimonia: A Consideration of Tourist Experiences and Well-Being, *Journal of Travel Research*, 56 (5): 651-662.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International.
- Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving From Traditional To Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımla Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mathews, R. ve Wacker, W. (2009). *Senin Hikâyen Ne*. (Çeviren: Aytül Özer). İstanbul: Mediacat.
- Mossberg, L. (2008). Extraordinary Experiences Through Storytelling, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8 (3): 195-210.
- Pizam, A. (2010). Creating Memorable Experiences, *International Journal of Hospitality Management*, 29 (3): 343.
- Servidio, R. ve Ruffolo, I. (2016). Exploring The Relationship between Emotions and Memorable Tourism Experiences Through Narratives, *Tourism Management Perspectives*, 20: 151-160.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Londra: Pearson Uluslararası Baskı.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların Ölçülmesi SPSS ile Veri Analizi* (3. baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2015). *İletişim Araştırma ve Kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tivers, J. ve Rakic, T. (2012). *Narratives of Travel and Tourism*. Londra: Ashgate Publishing.
- Tung, V. W. S. ve Ritchie, J. B. (2011). Exploring The Essence of Memorable Tourism Experiences, *Annals of Tourism Research*, 38 (4): 1367-1386.
- Uygur, S. M., Demirer, D. ve Hatırmaz, A. G. B. (2017). Turizm Pazarlamasında Alternatif Bir Araç Olarak Hikâyelerin Kullanımı, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (42): 34-42.
- Yılmaz, B. S. (2016). The Impact of Social Media on The Tourist Experience: Telling Your Story to Your Connected Others, *Journal of Media Critiques*, 2 (8): 133-145.
- Zhong, Y. Y. S., Busser, J. ve Baloglu, S. (2017). A Model of Memorable Tourism Experience: The Effects on Satisfaction, Affective Commitment, and Storytelling, *Tourism Analysis*, 22 (2): 201-217.



Büşra KAYA

Anadn Menderes Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2017). Yüksek lisans derecesini Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2020). Halen Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği doktora eğitimine devam etmektedir.



Murat GÜMÜŞ

Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi'nden mezun oldu (1989). Yüksek lisans derecesini Uludağ Üniversitesi, İşletme Dalı'ndan aldı (1996). Doktora derecesini Uludağ Üniversitesi, İşletme Dalı'ndan aldı (2000). Halen Batman Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu'nda profesör olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları yönetim, davranış ve iletişimdir.

Araştırma Yöntemleri Bilgisinin Önemi: Turizm Alanına Yönelik Bir Gömülü Teori Çalışması

The Knowledge of Research Methods: A Study of Grounded Theory in Tourism

Serhat Adem SOP*, Metin KOZAK**

*(Sorumlu Yazar) Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 15030, Burdur.

E-posta: serhatademsop@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9096-9496

** Prof. Dr., Metin Kozak, Kadir Has Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, Cibali, 34083, Fatih-İstanbul.

E-posta: metin.kozak@khas.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9866-7529

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 23 Haziran 2020

Düzeltilme: 14 Ekim 2020

Düzeltilme: 14 Ocak 2021

Kabul: 19 Ocak 2021

Anahtar sözcükler: Turizm araştırmaları, Paradigma değişimi, Geleneksel yaklaşım, Evrensel yaklaşım, Araştırma yöntemleri, Gömülü teori.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 23 June 2020

Resubmitted: 14 October 2020

Resubmitted: 14 January 2021

Accepted: 19 January 2021

Key words: Tourism research, Paradigm shift, Traditional approach, Universal approach, Research Methods, Grounded theory.

GİRİŞ

Turizm, 1970'li yılların başlarında sosyal bilimciler tarafından keşfedilmiş ve ilerleyen dönemlerde sistematik biçimde devam eden araştırmalar sayesinde akademik anlamda bir eğitim ve araştırma alanı olarak kendisini kabul ettirmeye başlamıştır (Dann, Nash ve Pierce 1988). Ancak,

ÖZ

Turizm akademisinde araştırma yöntemleri bilgisine atfedilen önemin belirlenmesi ve yöntem bilgisinin ortaya çıkaracağı etkilerin tartışılması amacıyla yürütölen bu çalışmada nitel araştırma paradigması uygulanmıştır. Hazırlanan 16 soruluk çevrimiçi soru formu kolayda örnekleme tekniği ile belirlenmiş olan bireyler ile e-posta ve sosyal medya üzerinden özel mesaj gönderilerek paylaşılmış, 39 katılımcıdan ulaşılan veriler gömülü teori yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Bu bağlamda; turizm araştırmalarındaki yaygın yöntemsel paradigmada değişimine ihtiyaç duyulduğu, nicel veya nitel yöntemlere odaklanmak yerine problem-yöntem uyumuna dikkat edilmesi gerektiği, nitelikli bir araştırmacı olabilmek için yöntem bilgisinin son derece önemli bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma yöntemleri bilgisinin doğrudan ve dolaylı etkileri ise "geleneksel yaklaşım" ve "evrensel yaklaşım" olarak adlandırılan iki yaklaşım çerçevesinde yorumlanmıştır. Bu yönüyle mevcut çalışma, turizm araştırmacılarına evrensel yaklaşımı bir vizyon olarak sunmakta ve "araştırma yöntemleri bilgisi neden gereklidir?" sorusunu kapsamlı biçimde yanıtlayarak alan yazındaki önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

ABSTRACT

This study aims to determine the importance attributed to the knowledge of research methods and discuss its effects in the context of tourism studies. With its 16 questions, an online form was sent out via e-mail and social media. The study applied the convenience sampling technique. The data obtained from 39 participants were analyzed by using the principles of grounded theory. Findings suggest the need of a change for tourism research in the common methodological paradigm, paying more attention to the problem-method compatibility instead of focusing on quantitative or qualitative methods individually. The methodological knowledge is important to become a qualified researcher. The study interprets the direct and indirect effects of research methods within the framework of two approaches: traditional and universal. The study recommends the universal approach as a vision because it fills an important gap by comprehensively answering the question as to why the knowledge of research methods would be necessary.

turizmin bilimsel bir olęu olduğuna dair ilk ipuçları daha eskiye dayanmaktadır. Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı'nın getirdiği ekonomik yıkımın açılması için çalışan Glücksmann, Hunziker, Krapf ve Kaspar gibi Alman okulunu temsil eden ekonomistlerin turizmin ekonomik etkilerini sorgulamaya başladıkları görölmektedir. 1950'li yıllardan sonra sosyoloji ve coğrafya

alanlarındaki akademisyenler turizmi konu alan çalışmalar yürütmeye başlarken, 1960'lı yıllardan itibaren ise önceki yıllara ek olarak, uluslararasılaşmanın başladığı daha geniş bir coğrafyada psikoloji, antropoloji ve işletmecilik alanlarında turizm araştırmalarının yürütüldüğü bilinmektedir (Kozak ve Kozak 2016). Günümüzde ise turizm alanını temsil eden akademisyen ve araştırmacıların oranı oldukça yüksektir.

Bu tarihsel süreç, doğuşundan itibaren turizmin hem disiplinlerarası bir araştırma alanı olduğunu hem de ekonomik, sosyolojik, psikolojik, antropolojik ve coğrafi bir olgu olduğunu açıkça göstermektedir (Rangus ve Brumen 2016). Bu nedenle, turizm araştırmalarının hem teorik açıdan bilime katkı sağlaması hem de sektörün sorunlarını giderici ve toplum refahını artırıcı bir rol üstlenmesi beklenmektedir. Nitekim, turizm alanındaki uluslararası nitelikli akademik dergiler yayımlayacakları makalelerde teorik ve uygulamaya dönük katkıları bu gerekçeyle aramaktadır. Söz konusu beklentilerin karşılanıp karşılanmaması ise turizm alanında yayın yapan araştırmacıların sorumluluğundadır. Bu nedenle, turizm araştırmacılarının tasarım ve yöntem bilgisinin mümkün olduğunca iyi olması gerekmektedir.

Erdoğan (2001), çoğu sosyal bilim araştırmacısı gibi turizm araştırmacılarının da tasarım ve yöntem bilgisi konusundaki eksikliğine dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Kock (2019), nitelikli turizm dergilerinde yayımlanan ölçek geliştirme çalışmalarını geçerlik ve güvenilirlik sorunları açısından eleştirmektedir. Çıvak ve Sezerel (2018) ise Türkiye'de faaliyet gösteren turizm dergilerinde çoğunlukla pozitivist paradigmanın ve nicel yöntemlerin uyguladığını ortaya koymaktadır. Bu durum, Türk turizm araştırmacılarının Sosyal Bilimler Atıf Endeksi [Social Sciences Citation Index – SSCI] tarafından taranan dergilerdeki yayınlarında da açıkça gözlemlenmektedir (Acar ve Gül-Yılmaz 2019). Uzun zamandır turizm araştırmalarında karşılaşılan genel durum, son yıllarda nitel veya karma araştırma tasarımıyla yürütülen araştırma sayısının artmasına karşın, sıklıkla anket tekniğinden yararlanılarak verilerin toplandığı ve bu verilerin regresyon analizi veya yapısal eşitlik modellemesi gibi çok

değişkenli istatistiksel analizler yoluyla çözümlendiği yönündedir.

Tüm bu gözlemlerden hareketle tasarlanan bu çalışmada, turizm alanındaki araştırmacılar için yöntem bilgisinin ne kadar ve neden önemli olduğu sorusu yanıtlanarak araştırma yöntemleri bilgisinin doğrudan ve dolaylı etkilerinin neler olabileceği tartışılmaktadır. Turizm alan yazını incelendiğinde; turizm araştırmalarının nasıl geliştiği (Faulkner ve Goeldner 1998), diğer disiplinlerden ne kadar atıf aldığı (Wardle ve Buckley 2014), yapısal eşitlik modellemesinin neden ve nasıl kullanıldığı (Nunkoo, Ramkissoon ve Gursoy 2013), hangi araştırma yöntemlerinin daha çok tercih edildiği (Nunkoo, Thelwall, Ladsawut ve Goolaup 2020) gibi soruları yanıtlayan çalışmalara rastlanmaktadır. Buna karşın, turizm araştırmacılarının yöntem konusuna atfettiği önemi ve araştırma yöntemleri bilgisinin doğuracağı bütüncül etkileri tartışan bir çalışmaya ulusal ya da uluslararası düzeyde rastlanmamaktadır. Bu hususta, çalışmanın turizm araştırmacılarına bir vizyon sunacağı ve alan yazındaki bu önemli boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

ALANYAZIN TARAMASI

Turizm araştırmalarının geçmişine bakıldığında, ilk dönemlerde daha çok derleme/kavramsal niteliğindeki makale çalışmaları üzerine yoğunlaşıldığı görülmektedir. Amerika ve İngiltere odaklı uluslararası yayınevleri tarafından yayımlanan dergilerin de piyasaya girmesiyle birlikte, 1970'li yıllardan itibaren araştırma odaklı makalelere yer vermeye başlanmıştır. Bu tür bir yoğunluğun 1990'lı yıllarla birlikte artışa geçtiği ve bu yüzyılın başından itibaren en üst düzeye ulaştığı gözlemlenmektedir. Günümüzde, derleme/kavramsal makale yayımlayan turizm dergisi neredeyse kalmamış durumdadır. Aradan geçen elli yıllık dönem sonucunda turizm araştırmaları, akademik anlamda nitelik ve nicelik açısından olağanüstü bir gelişim göstererek sosyal bilimlerin diğer disiplinleri ile paralel hareket edebilme şansını yakalamıştır. Böylesine hızlı ve dinamik bir gelişme araştırma yöntemlerinin önemine de işaret etmektedir.

Nitekim, Acar ve Gül-Yılmaz (2019) tarafından yürütülen bir bibliyometri çalışması, SSCI kapsamında taranan turizm dergilerinde Türkiye özelindeki yayın sayısının her geçen gün arttığını göstermektedir. Bu artışın 2016 yılında hızlandığı, yayınların önemli bir bölümünün ise iki kurum ve on akademisyen tarafından üretildiği belirtilmektedir. Araştırmada dikkat çeken diğer bir husus, bu çalışmaların büyük bir kısmında (%80) nicel araştırma yöntemlerinin tercih edilmesidir (Acar ve Gül-Yılmaz 2019). Çin'de yürütülen benzer bir araştırma ise 1979-2015 yılları arasında yayımlanan makalelerin yaklaşık yarısında nicel ve yarıdan az bir kısmında da nitel araştırma yöntemlerinin uygulandığını göstermektedir (Bao, Chen ve Jin 2018).

Turizm alanının önde gelen akademik dergilerinden olan *Annals of Tourism Research*, 2006 yılından bu yana belirgin biçimde nitel araştırmaları yayımlamaktadır (Nunkoo, Hall ve Ladsawut 2017). Dolayısıyla, Türk turizm araştırmacılarının pozitivist paradigmaya bu denli bağlılığı ve nicel araştırma tutkusu çeşitli dönemlerde eleştirilmektedir (Akış-Roney 2011; Yüksel 2019). Çünkü akademik araştırmalardaki amaç incelenen konuyu özümsemek ve açıklamak olduğu için pozitivist paradigmanın getirdiği nicel yaklaşımların yanında diğer bilimsel paradigmalarda uygulanması gereklidir (Akış-Roney 2011). Bu yanlılık, Türk turizm araştırmacılarının betimsel düzeyi aşamayan ve uluslararası turizme katkı sağlayamayan yayınlar çıkarmasına neden olmaktadır (Yüksel 2019).

Acar ve Gül-Yılmaz (2019), SSCI'da taranan turizm dergilerinde en çok yayın yapan Türk akademisyenlerin bir listesini sunmaktadır. Bu listede yer alanların bir bölümü araştırma yöntemleri üzerine kitaplar ve yazılar yazan, hatta araştırma yöntemleri ve nitelikli yayın yapma konusunda seminerler veren isimlerdir. Bu da yöntem bilgisi iyi düzeyde olan turizm akademisyenlerinin nitelikli dergilerde daha fazla yayın yapabileceğini kanıtlayan bir bulgudur. Elbette, üst düzey dergilerde yayın yapmak isteyen araştırmacıların yöntemsel açıdan kendilerini geliştirmeleri son derece önemli bir husustur (Brennan 2019). Bununla birlikte, araştırmacının yöntemsel yeterliği, özgün araştırma konularını bulmasına ve yeni

yöntemsel yaklaşımları uygulayabilmesine dahi etki etmektedir (Rodriguez-Sanchez, Makkonen ve Williams 2019).

Araştırma yöntemleri bilgisinin yetersizliği ise problemin belirlenmesinden bulguların yorumlanmasına kadar süren bilimsel araştırma safhalarında çok çeşitli hataların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Yücel-Toy ve Güneri-Tosunoğlu 2007). Yetersiz yöntem bilgisi, araştırmacının çalışma motivasyonunu da olumsuz etkileyebilmektedir. Kamu üniversitelerinin turizm bölümlerinde çalışan her üç araştırma görevlisinden birisi bilimsel araştırmada kullanılacak yöntem ve teknikleri belirlemede zorlandığı için bu sorun ile karşılaşmaktadır (Sop 2017). Araştırma tasarımı, veri toplama ve analizi konularında yaşanan bu sorunlar, ortaya çıkarılan çalışmanın ulusal ya da uluslararası düzeydeki nitelikli dergilerde yayımlanmasını da güçleştirmektedir.

Anlaşılabileceği üzere yöntem bilgisi; hatasız, nitelikli ve alana teorik katkı sağlayabilen çalışmaların üretilmesinde oldukça etkilidir (Yücel-Toy ve Güneri-Tosunoğlu 2007; Türkdöğün 1995). Ancak, bilimsel bir araştırma sadece teorik değil, sektörel yani uygulamaya dönük katkı da sağlayabilmelidir (Jones ve Phillips 2003). Günümüzde sektör yöneticilerinin ihtiyaç duydukları bilgiyi akademik dergiler veya konferanslardan ziyade işletme ve kişisel bağlantılarından edinmeleri (Vong 2017), turizm araştırmacılarının kendilerini sorgulamasını gerektirmektedir. Bu problemin temelini inceleyen Khan (2019), yürütülen araştırmaların otelcilik sektöründe zaten bilinen bulgulara ulaşması nedeniyle uygulamacılara gerekli bilgiyi sağlayamadığı, öğrenciler ya da kolay ulaşılabilir örneklerle üzerine yapılan anket araştırmalarıyla sektörün ihtiyaçlarından uzaklaşdığı, sektör ve akademinin bir akademik çalışmada değerli gördükleri noktaların uyuşmadığı gibi önemli hususları ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yöntemsel konuların akademi ve sektör arasındaki mesafeyi etkilediği de ifade edilebilmektedir.

Diğer yandan, son yıllarda nitel veya karma araştırma tasarımıyla yürütülen araştırmaların arttığı da görülmektedir. Ancak, söz konusu geleneksel araştırma yöntem ve tekniklerinin ele-

Tablo 1. Çevrimiçi Soru Formunda Yer Alan Sorular

<i>Araştırma Soruları (1-8)</i>	
Soru 1:	Alanınızın araştırma yöntemleri açısından geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeni yöntem ve tekniklere ihtiyaç duyulmakta mıdır? Neden?
Soru 2:	Alanınızın bilimsel gelişimi için araştırma yöntemleri bilgisinin ne düzeyde önemli olduğunu düşünüyorsunuz? Neden?
Soru 3:	Alanınızın bilimsel gelişiminde nitel, nicel veya karma yöntemin mi daha gerekli/etkili olduğunu düşünüyorsunuz? Neden?
Soru 4:	Araştırma yöntemleri bilgisine sahip olmayı kişisel/akademik gelişiminiz için gerekli görüyor musunuz? Neden?
Soru 5:	Araştırma yöntemleri konusunda kendinizi yeterli görüyor musunuz? Neden?
Soru 6:	Bu zamana kadarki çalışmalarınızda ağırlıklı olarak hangi araştırma yönteminden ve hangi analizlerden faydalandınız?
Soru 7:	Araştırmalarınızda veri analizini kendiniz mi yaparsınız, yoksa destek mi alırsınız? Neden?
Soru 8:	Alanınızda lisansüstü düzeyde verilen araştırma yöntemleri derslerini yeterli/verimli buluyor musunuz? Neden?
<i>Tanımlayıcı Sorular (9-16)</i>	
Soru 9:	Hangi bilim dalında / disiplin alanında çalışıyorsunuz?
Soru 10:	Kaç adet "araştırma makalesi" yayınız bulunmaktadır?
Soru 11:	Kaç adet "derleme makalesi" yayınız bulunmaktadır?
Soru 12:	Kaç adet "SSCI/SCI/SCI Expanded" makaleniz bulunmaktadır?
Soru 13:	Kaç yıldır akademisyen olarak çalışıyorsunuz? Unvanınız nedir? (Yüksek Lisans ya da Doktora öğrencisiyseniz lütfen belirtiniz).
Soru 14:	Hangi üniversitede çalışıyorsunuz?
Soru 15:	Ülkemizde herhangi bir araştırma yöntemleri kursuna/seminerine katıldınız mı? Evet ise lütfen nerede katıldığınızı, ismini ve süresini belirtiniz.
Soru 16:	Başka bir ülkede herhangi bir araştırma yöntemleri kursuna/seminerine katıldınız mı? Evet ise lütfen nerede katıldığınızı, ismini ve süresini belirtiniz.

tirilmeye başlandığı (Laws ve Scott 2015; Scott, Zhang, Le ve Moyle 2019); cilt iletkenliği, yüz elektromiyografisi ve göz izleme gibi yeni veri toplama ve çözümleme tekniklerinin turizm araştırmalarında daha sık kullanıldığı gözlemlenmektedir (Lanke ve Nath 2020; Scott vd. 2019). Bu durum, bazı araştırmacıların yeni yöntemlere yöneldiğini, disiplinlerarası etkileşimin arttığını ve alanda yönetsel bir paradigma değişiminin ortaya çıktığını kanıtlamaktadır. Söz konusu değişimin turizm alanında nasıl bir dönüşümü tetiklediği ise henüz bilinmemektedir. Ancak, önümüzdeki yıllarda, büyük veri, yapay zekâ, sanal ortamda deney çalışmaları gibi teknolojiye ilerlemelerinin de doğrudan etkisiyle, veri toplama ve analizi tekniklerinde önemli yapısal değişikliklerin olacağını söylemek mümkündür.

Yukarıda irdelenen tüm konular “*araştırma yöntemleri bilgisi neden gereklidir?*” sorusunun önemini göstermektedir. Bu sorunun bütüncül olarak yanıtlanabilmesi için birtakım alt soruların da sorulması gereklidir. Örneğin; “yöntem bilgisi bireysel açıdan ne gibi kazanımlar sağlayabilir? Turizm alanının yönetsel açıdan mevcut konumu nasıl değiştirilebilir? Bu anlamda bir paradigma kayması mümkün müdür?”. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde, yöntem bilgisinin araştırmacılar ve turizm alanı üzerindeki etkilerini konu alan çeşitli sorulara yanıtlar aranmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma paradigması benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak yapılandırılmış çevrimiçi soru formu kullanılmıştır. İki bölümden oluşan soru formunun birinci bölümünde katılımcıların araştırma yöntemleri konusundaki yetkinlikleri, turizm alanının bilimsel gelişiminde yöntem bilgisinin rolü ve lisansüstü turizm eğitiminde verilen araştırma yöntemleri derslerinin niteliği hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik sekiz soruya yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, katılımcıları betimlemek üzere sekiz soru yöneltilmiştir. Formdaki tüm sorular, alan yazındaki tartışmalardan hareketle araştırmacılar tarafından hazırlanmış, üç akademisyen

tarafından gözden geçirilmiş ve iyileştirmeler yapılarak son halini almıştır (Tablo 1).

Araştırmanın evreni, Türkiye'nin farklı üniversitelerinde görev yapan turizm akademisyenleri ve lisansüstü turizm öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Lisansüstü öğrencilerin evrene dâhil edilmesinin nedeni, araştırma yöntemleri konusunda aldıkları eğitimi ve okudukları bilimsel çalışmalardaki yönetsel hususları (hatalar, yenilikler, baskın paradigma gibi) değerlendirebilecek düzeyde bireyler olmalarıdır. Bu kapsamda henüz araştırma yöntemleri dersi almamış öğrenciler evrenin dışında bırakılmıştır. Hazırlanan çevrimiçi soru formu kolayca örnekleme tekniği uygulanarak mümkün olduğunca fazla kişiye e-posta ve sosyal medya üzerinden özel mesaj yoluyla paylaşılmıştır. Soru formu, 14 Kasım 2019–3 Ocak 2020 tarihleri arasında 39 katılımcı tarafından yazılı olarak yanıtlanmış, elde edilen veriler ise gömülü teori yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Daha önce tartışılmamış bir konu hakkındaki bilinmeyenleri teorik bir zeminde bütüncül olarak ortaya çıkarmayı amaçlayan özgün bir araştırma olması nedeniyle bu çalışmada gömülü teori yaklaşımı benimsenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın nitel verileri, Corbin ve Staruss (1990) tarafından gömülü teori yaklaşımıyla veri analizinde kullanılması önerilen üç aşamalı kodlama tekniğiyle çözümlenmiştir (açık kodlama [open coding], aksel kodlama [axial coding] ve seçici kodlama [selective coding]). İlk olarak, katılımcıların yanıtları incelenmiş ve öne çıkan kavramlar belirlenerek katılımcılar arasındaki görüş benzerlikleri/farklılıkları tespit edilmiştir [açık kodlama]. Buradan ulaşılan kavram ve görüşlerden hareketle alt kategoriler oluşturulmuştur [eksel kodlama]. Son olarak, tüm alt kategorileri kapsayacak temel kategoriler ileri sürülerek incelenen olgu hakkında nihai çıkarım yapılmıştır [seçici kodlama]. İkinci ve altıncı soruda ise katılımcılardan sadece önem derecesi ve bir tercih belirtmeleri istendiği için üç aşamalı kodlama tekniği uygulanmamıştır. Her soru bazında ulaşılan bulgulardan hareketle araştırmanın temel problemi olan “*araştırma yöntemleri bilgisi neden gereklidir?*” sorusu yanıtlanmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Veri analizinden önce katılımcıların soru formundaki betimleyici sorulara verdiği yanıtlar incelenmiş ve genel özellikleri belirlenmiştir. Buna göre, araştırmaya 25 üniversiteden turizm ana-bilim dalında çalışma yapan veya eğitim alan 39 kişi katılmıştır. Katılımcıların unvana göre dağılımı; Dr. Öğr. Üyesi (9), Doç. Dr. (7), yüksek lisans öğrencisi (6), Prof. Dr. (3), Öğr. Gör. Dr. (3), doktora öğrencisi (5), Arş. Gör. Dr. (1) ve unvanını belirtmeyenler (5) şeklindedir. Herhangi bir akademik kadroda görevli olan 30 katılımcının akademideki görev süreleri iki ila 26 yıl arasında değişmektedir.

Katılımcıların araştırma makalesi türünden yayın sayıları incelendiğinde, henüz yayını bulunmayan altı yüksek lisans öğrencisi dışındaki 33 katılımcıya ait yayın ortalamasının 12 olduğu görülmektedir (en az bir, en fazla 60, toplam 393). Ayrıca, 18 katılımcının derleme makalesi türünden (en az bir, en fazla 22, toplam 78 yayın), 15 katılımcının ise SSCI/SCI/SCI Expanded endekslerinde taranan (en az bir, en fazla beş, toplam 25) makale çalışmaları bulunmaktadır. Katılımcılardan sadece ikisi bir kez yurtdışında araştırma yöntemleri kursuna katıldığını; 20'si ise, Türkiye'de çeşitli araştırma yöntemleri seminerlerine katıldığını belirtmektedir.

Tablo 2'de araştırmanın problemine ilişkin bulgular yer almaktadır. Katılımcıların, turizm alanının araştırma yöntemleri açısından geldiği noktayı nasıl değerlendirdikleri sorusuna verdiği yanıtlardan hareketle açık, eksenel ve seçici kodlama gerçekleştirilmiştir. Ancak, 39 katılımcının yanıtları tam olarak metne aktarılamayacağı için açık kodlamaya ilişkin bulgular tabloya yansıtılmamıştır (bu yaklaşım çalışmanın sonraki bölümlerinde de uygulanmıştır). Eksenel kodlama bulguları, turizm alanında kullanılan yöntem ve tekniklerde yenilik ihtiyacının olduğunu göstermektedir. Katılımcıların görüşleri; geleneksel araştırma yöntemlerinin yetersiz kaldığı, karma ve nitel araştırma paradigmasının daha çok benimsenmesi gerektiği, güncel tekniklerin ve deneysel tasarımın uygulandığı araştırmaların artırılması ve disiplinlerarası etkileşimin güçlendirilmesi yönündedir. Ayrıca, tekrar eden araştır-

malar nedeniyle moda haline getirilen yöntemsel tekniklerin çeşitlendirilmesi, post-modern bilim paradigması izlenerek yöntemsel çeşitliliğin artırılması ve sektöre katkı verebilecek nitelikte araştırmalar yapmanın gerekliliği yönünde görüşler bulunmaktadır. Buradan hareketle, turizm alanında geleneksel yöntemsel yaklaşımlara karşı ciddi eleştirilerin bulunduğu ve bir paradigma değişimine ihtiyaç duyulduğu ileri sürülebilmektedir [Soru 1].

Araştırma yöntemleri bilgisinin alanın bilimsel gelişimindeki etkisini değerlendiren yanıtlar ise içerik analiziyle çözümlenmiş ve yöntem bilgisinin turizm alanının bilimsel gelişiminde çok önemli bir faktör olarak yorumlandığı sonucuna ulaşılmıştır [Soru 2]. Alanın gelişiminde araştırma yöntemlerinin "olmazsa olmaz!" şeklinde ele alınmasına ek olarak, hangi yöntemin daha etkili olabileceği konusundaki soruya verilen yanıtlar ise karma yönetime işaret etmektedir. Katılımcıların bazıları ise nicel veya nitel araştırma yöntemlerini savunmaktadır. Ancak, genel olarak araştırma problemine uygun yöntemin tercih edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu çerçevede, karma araştırma yöntemlerinin alanın bilimsel gelişimi için daha etkili bulunduğu ve problem-yöntem uyumunun son derece önemli görüldüğü anlaşılmıştır [Soru 3].

Yöntem bilgisi, akademik gelişim için gereklilikten ziyade bir zorunluluk olarak görülmekte ve kaliteli çalışma yapabilme becerisini edinmek, alanda uzmanlaşmak, hatta popüler bir akademisyen olabilmek için temel ölçüt olarak yorumlanmaktadır. Bazı katılımcılar da çalışma yaparken başkalarından destek alma ihtiyacını ortadan kaldırmak için yöntem bilgisinin önemli olduğuna inanmaktadır. Bu durumda, yöntem bilgisinin nitelikli araştırmacı olabilme ile özdeşleştirildiği söylenebilmektedir [Soru 4].

Katılımcıların önemli bir bölümü kendisini araştırma yöntemleri konusunda yetersiz bulmaktadır. Katılımcıların kendilerini yetersiz hissetmelerinin nedenleri ise eğitim sorunları ve tecrübe eksikliği olarak yorumlanmaktadır. Tecrübe eksikliği sorunu özellikle akademiye yeni katıldığını belirten bireylerde gözlemlenen bir durumdur. Bazı katılımcılar da araştırma yöntemleri

Tablo 2. Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular

Katılımcılar	Eksenel Kodlama	Seçici Kodlama
Turizm alanının araştırma yöntemleri açısından konumuyla ilgili bulgular		
a) K1, K2, K3, K4, K5, K7, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K16, K17, K18, K19, K23, K25, K26, K27, K28, K29, K30, K31, K32, K33, K34, K35, K36, K37, K38, K39	a) Yenilik ihtiyacı	
b) K3, K4, K13, K14, K17, K18, K23, K32, K36, K39	b) Geleneksel yöntemin eleştirisi	
c) K2, K9, K14, K19, K27, K32	c) Karma araştırma paradigması	
d) K7, K10, K20, K22, K30, K32	d) Nitel araştırma paradigma	
e) K4, K5, K8, K12, K36, K39	e) Güncel tekniklerin uygulanması	Paradigma değişimi
f) K4, K5, K10, K14, K17	f) Güvenilir ve geçerli sonuçlar	
g) K25, K31, K33, K37	g) Moda etkisi	
h) K5, K19, K35	h) Deneysel tasarım	
i) K6, K38, K39	i) Post-modern bilim paradigması	
j) K15, K21, K34	j) Bireysel sorunlar	
k) K6, K23	k) Disiplinlerarası etkileşim	
l) K8, K11	l) Sektöre katkı	
Alanın bilimsel gelişiminde hangi yöntemin daha gerekli/etkili olduğuyla ilgili bulgular		
a) K2, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K13, K14, K16, K19, K21, K22, K26, K27, K31, K32, K35, K36, K37, K38, K39	a) Karma yöntem	
b) K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K14, K19, K20, K21, K25, K32, K37, K39	b) Detaylı bilgiye ulaşma	
c) K3, K4, K12, K17, K18, K22, K23, K24, K25, K29, K30, K33, K34, K36	c) Araştırma problemine uygunluk	Problem-yöntem uyumu
d) K2, K7, K12, K14, K25, K20, K32	d) Nicel yöntemin eleştirisi	
e) K7, K15, K20, K22, K25, K28	e) Nitel yöntem	
f) K1, K15	f) Nicel yöntem	

Tablo 2. Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular (Devam)

Araştırma yöntemleri bilgisinin kişisel/akademik gelişim için gerekli görülüp görülmediğiyle ilgili bulgular		
a) K2, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20, K21, K22, K23, K24, K25, K27, K30, K31, K34, K36, K37, K38, K39	a) Zorunluluk olarak görme	
b) K1, K3, K4, K6, K7, K9, K10, K11, K13, K14, K15, K22, K26, K27, K28, K29, K30, K32, K33, K35, K36, K39	b) Kaliteli çalışmalar yapabilme	Nitelikli araştırmacı olabilir
c) K10, K12, K15, K17, K33, K36	c) Alanda uzmanlaşma	
d) K12, K15, K17, K36	d) Popüler bir akademisyen olma	
e) K15, K39	e) Destek ihtiyacını ortadan kaldırma	
Araştırma yöntemleri konusunda kendini yeterli görüp görmemeyle ilgili bulgular		
a) K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K20, K21, K24, K26, K27, K30, K33, K35, K37, K38	a) Yetersiz görme	
b) K17, K18, K19, K23, K24, K25, K27, K29, K30, K32, K34, K35, K36, K38	b) Öğrenme çabası	
c) K7, K10, K17, K18, K19, K23, K28, K29, K34, K36, K39	c) Kısmen yeterli görme	Gelişime açıklık
d) K1, K2, K5, K7, K25, K28, K36, K37	d) Yeterliğin mümkün olmaması	
e) K6, K8, K12, K13, K26, K39	e) Eğitim sorunu	
f) K3, K4, K11, K14, K15	f) Tecrübe eksikliği	
g) K9, K22, K31, K32	g) Yeterli görme	
Veri analizi sürecinde destek alıp almamayla ilgili bulgular		
a) K2, K4, K5, K7, K9, K11, K12, K13, K15, K16, K17, K19, K19, K21, K23, K24, K25, K27, K28, K29, K30, K32, K33, K34, K35, K36, K37, K39	a) Hâkimiyet	
b) K1, K12, K13, K15, K16, K20, K21, K32, K34, K37, K39	b) Durumsallık	
c) K10, K14, K15, K22, K31, K32, K34	c) Tecrübe eksikliği	Risk yönetimi
d) K3, K8, K24, K25, K27	d) Hata yapma korkusu	
e) K5, K6, K18	e) Kişisel gelişim	
f) K4, K37	f) Farklı bakış açılarından yararlanma	

Tablo 2. Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular (Devam)

Lisansüstü düzeyde verilen araştırma yöntemleri derslerinin yeterliliğiyle/verimliliğiyle ilgili bulgular	
a) K2, K5, K6, K7, K8, K12, K13, K15, K16, K18, K20, K21, K22, K24, K25, K26, K27, K28, K29, K30, K32, K33, K34, K36, K37, K39	a) Başarısız eğitim
b) K2, K6, K8, K9, K13, K15, K17, K18, K19, K22, K23, K27, K28, K36, K39	b) Uzman öğretim elemanı eksikliği
c) K5, K7, K10, K15, K18, K20, K22, K27, K30, K32, K33	c) Yetersiz ders içeriği
d) K1, K3, K4, K11, K14, K31, K35	d) Başarılı eğitim
e) K30, K33, K34, K36	e) Birden fazla ders ihtiyacı
f) K27, K36, K39	f) Seçmeli ders olarak sunulması
g) K4, K19, K35	g) Uzman öğretim elemanı varlığı
h) K7, K30	h) Birden fazla dönemde ders ihtiyacı
i) K20, K22	i) Baskın nicel paradigma
j) K24, K25	j) Uzaktan eğitim sorunları

Eğitimde kalite sorunu

konusunda tam bir yeterliliğin mümkün olamayacağını düşünmektedir. Açık kodlama verilerine göre katılımcıların yöntemsel bilgiyi öğrenme konusunda gösterdikleri çaba ise yüksek düzeydedir. Bu kapsamda, katılımcıların çeşitli nedenlerden dolayı kendilerini yöntem konusunda yeterli bulmadıkları, ancak bu konuda gelişime açık oldukları anlaşılmaktadır [Soru 5].

Bazı katılımcıların çalışmalarında ağırlıklı olarak nicel araştırma yöntemini uyguladığı bazılarının ise çoğunlukla nitel araştırma yönteminden faydalandığı belirlenmiştir. Belirgin bir ağırlık olmadığını, her iki yöntemi de yaygın biçimde kullandığını belirtenler katılımcılar da bulunmaktadır. Bu durumda, nicel veri gerektiren çalışmalar kadar nitel veri gerektiren araştırmaların da tasarlandığı, ikisi arasında belirgin bir eğilimin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan, hangi analizlerden faydalandığına ilişkin alt soruya çoğu katılımcı yanıt vermemiş ya da uyguladığı analizleri açıkça ifade etmemiştir. Bu nedenle, ağırlıklı olarak yararlanılan analizleri öne çıkaracak nitelikte bir bulguya ulaşamamıştır [Soru 6]. Bireylerin çevrimiçi olarak katıldıkları

araştırmalarda bu gibi durumlarla karşılaşılabilir. Dolayısıyla, soru formunun yüz yüze uygulanmamış olması bu araştırma için bir kısıtlılık olarak değerlendirilmiştir.

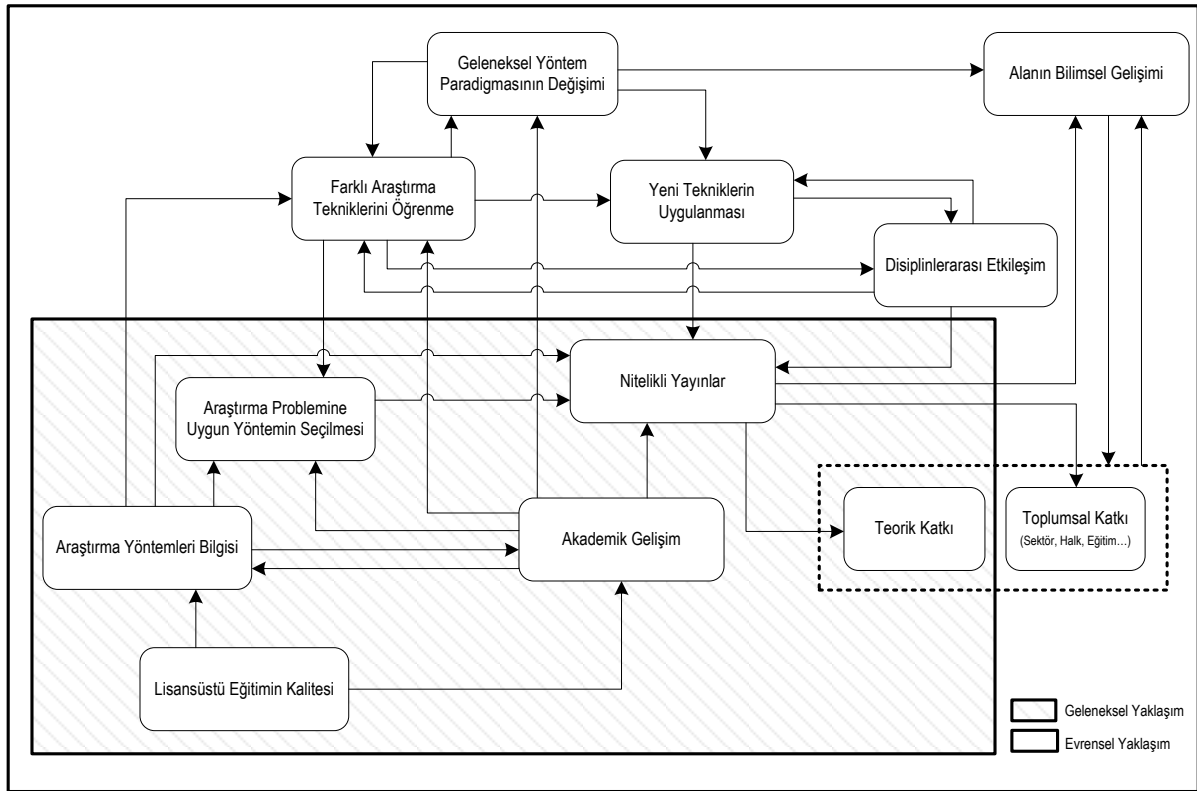
Veri analizinin nasıl yürütüldüğüne ilişkin yanıtlar üç aşamalı kodlama yapılarak çözümlenmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun hâkimiyet ve durumsallık kodlarıyla temsil edilen düşüncelere sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcılar veri analizini genellikle kendileri yürütmektedir. Bazı katılımcılar araştırmanın bütününe hâkim olmak için bu yolu tercih ettiğini belirtmektedir. Birkaç katılımcı ise kişisel gelişimini desteklemek için veri analizini kendisi yapmaktadır. Diğer taraftan, gerekli durumlarda destek almaktan çekinmediğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Bu bağlamda, katılımcıların çoğu tecrübe eksikliği ya da hata yapma korkusu nedeniyle destek aldıklarını ifade etmektedir. Eksenel kodlama bulgularından hareketle katılımcıların veri analizi için destek almadıkları, ancak hata riskini ortadan kaldırmak üzere bazı durumlarda desteğe ihtiyaç duydukları anlaşılmaktadır [Soru 7].

Son olarak, katılımcıların lisansüstü düzeyde verilen araştırma yöntemleri derslerini başarısız buldukları anlaşılmaktadır. Derslerin yetersiz veya verimsiz bulunmasındaki gerekçeler ise uzman öğretim elemanı eksikliği, lisans düzeyindeki konuların işlenmesi, ileri analiz tekniklerinin öğretilmemesi, teorik bilginin uygulama ile desteklenmemesi, baskın biçimde nicel paradigmanın anlatılması, yöntem derslerinin tek bir dersle sınırlandırılması, sadece bir dönemde verilmesi veya seçmeli ders olarak öğrencilerin tercihine sunulmasıdır. Bu bulgulardan hareketle, turizm alanında lisansüstü düzeyde verilen araştırma yöntemleri derslerinde düşük kalite sorununun bulunduğu ileri sürülebilmektedir [Soru 8].

SONUÇ

Bu çalışmada, araştırma yöntemleri bilgisinin öneminin tartışılması ve yöntem bilgisinin etkilerine yönelik bir teorik çerçevenin oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaçla, araştırmanın temel

problemi olan “araştırma yöntemleri bilgisi neden gereklidir?” sorusu gömülü teori yaklaşımıyla yanıtlanmaya çalışılmış ve araştırma yöntemleri bilgisinin ortaya çıkaracağı etkilerin Şekil 1’deki gibi gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu teorik çerçeve, 39 katılımcıdan elde edilen verilerin çözümlenmesi neticesinde ileri sürülmüştür. Araştırmanın bulgular bölümünde eksenel ve seçici kodlamaya ilişkin detaylı bulgulara yer verilmiş olsa da Şekil 1’deki etkileşimleri tanımlama aşamasında açık kodlamadan ulaşılan bulgular da kullanılmıştır. Açık kodlama bulgularının tamamını metne aktarmak mümkün olmadığı için Şekil 1’deki ilişkilerin belirlenmesiyle ilgili bir örnek sunmakta fayda görülmektedir. Örneğin, araştırma yöntemleri bilgisi ile nitelikli yayın arasındaki ilişkiye yönelik K11’in yanıtı: “bilimsel çalışmalarda araştırma metotları belirlenmeden, bilinmeden, iyi şekilde kavranmadan yapılan çalışmalar çok verimli, kapsamlı ve bilimsellikten uzak kalır. İyi bir çalışma için araştırma yöntemlerinin doğru ve gerçekçi bir biçimde ortaya koyulması gerekir”.



Şekil 1. Araştırma Yöntemleri Bilgisinin Doğrudan ve Dolaylı Etkileri

Araştırmada ileri sürülen teorik çerçeveye göre, bireylerin araştırma yöntemleri bilgisi, yapılacak çalışmalarda araştırma problemine uygun yöntemleri seçebilme becerilerini güçlendirmektedir (Erdoğan 2013; Kozak 2018). Bu tür bir yetkinlik, araştırmanın tasarımı aşamasında yanlı tutum ve davranışlar yerine probleme özgü yöntemsel yaklaşımın kolaylıkla belirlenebilmesi anlamına gelmektedir. Bu yetkinlik, aynı zamanda, akademik gelişim düzeyiyle de doğrudan ilişkilidir. Diğer bir ifadeyle, araştırmada hangi örneklem tekniğinin kullanılacağı, nicel ya da nitel verilerin mi daha uygun olacağı, hangi analiz veya veri çözümleme tekniklerinin uygulanacağı gibi yöntemsel konular araştırmacının yanlılığı yerine araştırma probleminin doğasına göre belirlenebilmektedir. Araştırma yöntemleri bilgisi, akademik gelişim ve araştırma problemine uygun yöntemi belirleyebilme becerisi arasındaki bu güçlü etkileşim, alanında uzmanlaşan bireylerin daha nitelikli çalışmalar yürüterek üst grup yerli ve yabancı dergilerde yayın yapabilmesine yol açmaktadır.

Buraya kadar belirtilen etkileşim, araştırma yöntemleri bilgisinin çıktılarını “geleneksel yaklaşım” olarak adlandırılabilir bakış içerisinde yorumlayan bireyleri temsil etmektedir. Geleneksel yaklaşıma göre, araştırma yöntemleri bilgisinin yarattığı nihai etki nitelikli yayınların üretilmesi vasıtasıyla oluşacak teorik katkıdır. Şekil 1’de alt küme olarak sunulan bu yaklaşım, araştırma yöntemleri konusundaki yetkinliğin bir sonucu olan nitelikli yayınların teorik katkı için yapıldığını kabul etmektedir. Bu yaklaşımı temsil eden bireyler, nitelikli yayınları alan yazına önemli bir katkı yapma, ilk kez çalışılan özgün konuları keşfetme veya kuram geliştirme gibi teorik bir bakış açısıyla değerlendirmektedir. Dolayısıyla, geleneksel yaklaşımı benimseyen bireyler araştırma yöntemleri bilgisinin yaratacağı etkiyi bu çerçeveye sınırlandırmaktadır. Buna karşın, “evrensel yaklaşım” olarak adlandırılabilir bakış açısından değerlendirildiğinde, doğrudan ve dolaylı etkilerin daha fazla olduğu söylenebilmektedir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere evrensel yaklaşım, geleneksel yaklaşım içindeki tüm etkileşimleri

kapsamakta ve araştırma yöntemleri bilgisinin ortaya çıkaracağı etkilerin çok daha geniş boyutlara ulaşabildiğini göstermektedir. Bu bağlamda, araştırma yöntemleri bilgisi, geleneksel yaklaşımda belirtilen etkileşimlere ek olarak, bireylerin farklı araştırma tekniklerini öğrenmesini kolaylaştırmakta ya da bunları keşfetme motivasyonunu güçlendirmektedir. Çünkü araştırma yöntemleri konusunda yetkin bireyler, takip ettikleri nitelikli yayınlarda rastladıkları farklı teknikleri daha kolay yorumlayabilmekte ve ek okumalar yapma gerekliliği hissederek söz konusu teknikler hakkında daha fazla bilgi toplamaktadır. Yeni teknikleri öğrenen bireyler hem bunları kendi çalışmalarında uygulayabilecek hem de yenilikçi bir bakış açısı geliştirerek alanlarındaki geleneksel yöntem paradigmasının değişimine etki edebileceklerdir.

Ayrıca, geçen yüzyılın sonlarında başlayan ve içinde bulunduğumuz yüzyıl ile birlikte turizm araştırmalarının disiplinlerarası özelliğine vurgu yapan çalışmaların sayısal anlamda artmaya başladığı görülmektedir (Jafari 1990; Kozak ve Kozak 2016; Tribe ve Xiao 2011). Ardından 2020 yılı başlarında kendisini gösteren pandemi sonrasında, sağlık başta olmak üzere, turizm araştırmalarında bu tür disiplinlerarası iş birliklerine daha fazla gerek olacağı konusunda bazı tartışmalar da başlamış durumdadır (Wen, Wang, Kozak, Liu ve Hou 2021). Bunun için de farklı teknikleri öğrenmek veya bu teknikleri uygulayabilmek için çeşitli disiplinlerden araştırmacılar ile etkileşim kurulması kaçınılmaz olmaktadır. Böylece, disiplinlerarası çalışmalar ortaya çıkacak ve bu çalışmaların sayısı düzenli biçimde artacaktır. Disiplinlerarası bu etkileşim, yeni tekniklerin öğrenilmesi ve uygulanması imkânını da güçlendirecektir.

Bu değişimin kendisi ve yarattığı etki sonucunda ortaya çıkan nitelikli yayınlar ise alanın diğer bilim dalları tarafından tanınmasını, diğer alanlardan daha çok atıf almasını ve bir bilim dalı olarak kabul görmesini yani o alanın bilimsel gelişimini desteklemektedir. Teorik katkının yanında toplumsal katkının da üretilmesi önem arz etmektedir. Turizm yayınlarının pratikte de uygulanabilir bilimsel bilgiler üretmesi ise güçlü –belki

de turizme özgü– teorilerin ileri sürülebilmesini mümkün kılarak turizmin bilimsel konumunu güçlendirecektir. Nitekim, çok uzun bir süredir birçok uluslararası turizm dergisi, yayımladıkları makalelerin sonuç kısmında uygulamaya ya da topluma dönük çıkarımlara da yer vermektedir.

Bu çalışma, “araştırma yöntemleri bilgisi neden gereklidir?” sorusunu kapsamlı biçimde yanıtlayarak alan yazındaki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Çalışmada, ileri sürülen evrensel yaklaşımın önemi ortaya konularak özellikle genç araştırmacılar için bir vizyon sunulduğuna da inanılmaktadır. Bu bağlamda mevcut çalışma, geleneksel yaklaşımdan dünya ile entegre olmuş evrensel yaklaşıma doğru bir akışın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte çalışmanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Bunlardan ilki veri toplama sürecinde çevrimiçi soru formunun uygulanmasıdır. Katılımcıların soruları yazılı olarak yanıtlaması daha kısa cevaplara neden olmuş olabilir. Diğer bir sınırlılık ise çalışmanın sadece Türkiye’de yürütülmesidir. Farklı ülkelerden katılımcılar ile yürütülecek bir çalışma alana yönelik daha bütüncül bir çıkarım sunabilir. Son olarak, sadece turizm alanına dönük bir çalışma yerine diğer disiplinlerde de benzer çalışmaların yapılmasıyla sosyal bilimler genelinde genel bir değerlendirmenin ortaya konulması mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, D. ve Gül-Yılmaz, E. (2019). Uluslararası Turizm Araştırmalarında Türkiye’nin Yeri, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (2): 45-57.

Akış-Roney, S. (2011). Bilimsel Araştırma Nedir?, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2): 211-215.

Bao, J., Chen, G. ve Jin, X. (2018). China Tourism Research: A Review of Publications from Four Top International Journals, *Journal of China Tourism Research*, 14 (1): 1-19.

Brennan, N. M. (2019). 100 Research Rules of the Game: How to Make Your Research World Class; How to Successfully Publish in top International Refereed Journals, *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 32 (2): 691-706.

Çıvık, B. ve Sezerel, H. (2018). Araştırma Paradigmaları ve Turizm Yazını, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1): 1-14.

Dann, G., Nash, D. ve Pearce, P. (1988). Methodology in Tourism Research, *Annals of Tourism Research*, 15: 1-28.

Erdoğan, İ. (2001). Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2): 119-134.

Erdoğan, İ. (2013). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Sorunlar ve Çözümler, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1): 1-12.

Faulkner, B. ve Goeldner, C. R. (1998). Progress in Tourism and Hospitality Research, *Journal of Travel Research*, 37 (1): 76-80.

Jafari, J. (1990). Research and Scholarship: The Basis of Tourism Education, *Journal of Tourism Studies*, 1(1): 33-41.

Jones, P. A. ve Philips, D. (2003). What Use is Research Anyway? Industry and Academe’s Differing Views, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5): 290-293.

Khan, M. A. (2019). A Systematic Assessment of Gaps between Academic Research and Industry Participation in Hospitality Management Discipline, *International Journal of Hospitality Management*, 82: 82-90.

Kock, F., Josiassen, A. ve Assaf, A. G. (2019). Scale Development in Tourism Research: Advocating for a New Paradigm, *Journal of Travel Research*, 58 (7): 1227-1229.

Kozak, M. (2018). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, M. ve Kozak, N. (2016). Institutionalisation of Tourism Research and Education: From the Early 1900s to 2000s, *Journal of Tourism History*, 8 (3): 275-299.

Lanke, P. ve Nath, P. (2020). What Have We Learned? 10 Years of Current Issues in Methods and Practice, *Current Issues in Tourism*, 23 (24): 3016-3024.

Laws, E. ve Scott, N. (2015). Tourism Research: Building from Other Disciplines, *Tourism Recreation Research*, 40 (1): 48-58.

Nunkoo, R., Hall, C. M. ve Ladsawut, J. (2017). Gender and Choice of Methodology in tourism Social Science Research, *Annals of Tourism Research*, 63: 207-210.

Nunkoo, R., Ramkissoon, H. ve Gursoy, D. (2013). Use of Structural Equation Modeling in Tourism Research: Past, Present, and Future, *Journal of Travel Research*, 52 (6): 759-771.

Nunkoo, R., Thelwall, M., Ladsawut, J. ve Goolaup, S. (2020). Three Decades of Tourism Scholarship: Gender, Collaboration and Research Methods, *Tourism Management*, 78: 104056.

Rangus, M. ve Brumen, B. (2016). Development of Tourism Research, *Teorija in Praksa*, 53 (4): 929-941.

Rodriguez-Sanchez, I., Williams, A. M. ve Brotons, M. (2019). The Innovation Journey of New-to-Tourism Entrepreneurs, *Current Issues in Tourism*, 22 (8): 877-904.

Scott, N., Zhang, R., Le, D. ve Moyle, B. (2019). A Review of Eye-Tracking Research in Tourism, *Current Issues in Tourism*, 22 (10): 1244-1261.

Sop, S. A. (2017). Turizm Alanındaki Araştırma Görevlilerinin Yayın Performansı ve Yayın Yapmaya Yönelik Görüşleri, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (1): 17-31.

Tribe, J. (1997). The Indiscipline of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 24: 628-657.

Tribe, J. ve Xiao, H. (2011). Development in Tourism Social Science, *Annals of Tourism Research*, 38 (1): 7-26.

Türkdoğan, O. (1995). *Bilimsel Değerlendirme ve Araştırma Metodolojisi*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

- Vong, F. (2017). Relevance of Academic Research to Hospitality Practitioners, *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 29 (3): 116-128.
- Wardle, C. ve Buckley, R. (2014). Tourism Citations in Other Disciplines, *Annals of Tourism Research*, 46 (3): 163-184.
- Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X. ve Hou, H. (2021). Many Brains are Better Than One: The Importance of Interdisciplinary Studies on COVID-19 in and beyond Tou-

rism, *Tourism Recreation Research*, 46(2): 310-313.

- Yücel-Toy, B. ve Güneri-Tosunoğlu, N. (2007). Sosyal Bilimler Alanındaki Araştırmalarda Bilimsel Araştırma Süreci, İstatistiksel Teknikler ve Yapılan Hatalar, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 1-20.
- Yüksel, A. (2019). Turizm Akademisinde Yanılsamalar, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (2): 340-351.



Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2010). Yüksek lisans derecesini aynı üniversitede Turizm İşletmeciliği (2013), doktora derecesini ise Anadolu Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği alanında aldı (2017). Lisansüstü öğrenim süreci boyunca Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı (2011-2018). Halen Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Dr. Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm pazarlaması, turizmde markalaşma ve tüketici davranışlarıdır.



Çukurova Üniversitesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Lisans (1991), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden yüksek lisans (1993) ve Sheffield Hallam Üniversitesi Boş Zaman ve Yiyecek Yönetimi Okulu'ndan doktora (2000) dereceleri aldı. Ulusal ve uluslararası yayımlanmış çok sayıda makaleleri, bildirileri, kitap ve kitap içinde bölümlere sahiptir. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research Dergisi* eş-editörüdür. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Profesör olarak görev yapmakta olup, uzmanlık alanları arasında tüketici davranışları, pazarlama ve rekabet edebilirlik gelmektedir.

Turizm Rehberliği Lisansüstü Eğitiminde Alan Dışı Öğrenci Alımı Paradoksu

The Paradox of Students' Acceptance from Different Programs for Tourism Guidance Postgraduate Education

Caner ÜNAL*, **Özlem GÜZEL****, **Muhammedali YAŞAR*****, **Fatma Nur KELEŞ******

*(Sorumlu Yazar) Dr. Öğr. Üyesi, Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çıplaklı Mah. Akdeniz Bulvarı No: 290 A, 07190, Döşemealtı, Antalya.

E-posta: caner.unal@antalya.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2591-3389

**Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Dumlupınar Bulvarı, 07058, Kampüs, Antalya.

E-posta: ozlemguzel@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-0081-3530

***Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 07058, Antalya.

E-posta: muhammedaliclay.96@gmail.com

ORCID: 0000-0002-1504-882X

****Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 07058, Antalya.

E-posta: fnkeles@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1862-5669

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 2 Mart 2021

Düzeltilme: 2 Haziran 2021

Kabul: 22 Temmuz 2021

Anahtar sözcükler: Turist rehberliği, Turist rehberliği eğitimi, Turist rehberi meslek yönetmeliği, Madde 23, Tezli- tezsiz yüksek lisans.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 2 March 2021

Resubmitted: 2 June 2021

Accepted: 22 July 2021

Key words: Tourist guide, Tourist guide training, Tourist guide vocational regulation, Article 23, Master with thesis and non-thesis.

ÖZ

Turist Rehberliği Mesleği Yönetmeliği'nde yer alan Madde 23 "üniversitelerin turist/turizm rehberliği bölümlerinin ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olan ve yabancı dil yeterliliğine sahip bulunanlara" mesleğe kabul edilmenin yolunu açmaktadır. Bu maddeden yola çıkarak bu çalışmanın amacı yüksek lisans programlarına alan dışı öğrencilerin kabulüne ilişkin eleştirel bir bakış açısı sergilemektir. Söz konusu yönetmeliğin sunduğu haklar gereği seçilen örneklemin duruma ilişkin bakış açısını değerlendirmek üzere nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği benimsenerek ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak turizm rehberliği lisans ve lisansüstü öğrencileri, turist/turizm rehberliği akademisyenleri ve turist rehberlerinden elde edilen veriler, betimsel analize tabi tutulmuştur. Madde 23'e yönelik görüşler kapsamında ortaya çıkan temalar şunlardır: eğitim eksikliği; eğitim programının yetersizliği; mesleki dejenerasyon; rehberlere yönelik psikolojik etki; rehberlik bölümü öğrencilerine yönelik psikolojik etkisi; mesleki aidiyet eksikliği; mesleki yetersizlik; meslek istihdamına etkisi; lisansüstü programına yönelik eleştiriler; eğitim veren akademisyenler; eğitim programı müfredatı; müfredat içerik planlama; lisansüstü alım koşulları; program iyileştirme ve öğrencilere yönelik entegrasyondur. Bu temalar, söz konusu maddeyle ilişkin makro bakış açısı sunarken, lisansüstü rehberlik eğitimine ilişkin görüşler ve önerilerde tanımlanmıştır.

ABSTRACT

The Article 23 which takes place in Tourist Guide Profession Regulation states; "undergraduate, bachelor and master degree graduates of the department of Tourist Guide program and who is acquired with sufficient foreign language" opens a way to be approved for the profession. On the basis of Article 23, the aim of this study is to present a critical point of view concerning with the approval of non-field students in Tourist Guide master degree program. A qualitative approach was preferred to evaluate the perspective of the chosen sample in accordance with the rights provided by respective regulation. Snowball sampling technique which one of the purposive sampling methods has been adopted. The data obtained by applying a semi-structured interview form upon tourism guide undergraduate and postgraduate students, academicians, and tourist guides, were subjected to descriptive analysis. The themes emerging within the scope of the opinions regarding Article 23 are: lack of education; inadequacy of education program; degeneration of profession; psychological effect on tourist guides; psychological effect on students of tourist guide department; deficiency of professional belongingness; professional insufficiency; effect on professional employment; criticism of postgraduate program; teaching academics; curriculum of education program; planning of curriculum content; postgraduate recruitment requirements; program improvement, and integration for students. While these themes present a macro perspective regarding the article in question, the themes also portray the opinions and recommendations related to postgraduate tourism guide education.

GİRİŞ

Turist Rehberliği mesleği insanların seyahat etmeye başladıkları anlardan itibaren ortaya çıkmış olup, turizm faaliyetlerinin gelişimine paralel olarak mesleki bir nitelik kazanmıştır. Resmi Gazetede 26.12.2014 tarihinde 29217 sayılı yarımlanarak yürürlüğe giren “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” ile birlikte de turist rehberliği mesleği tüzel bir kişilik elde etmiştir (Güzel 2014: 59). 7/6/2012 tarihli ve 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunundan dayanağını alan bu yönetmelik, turist rehberliği mesleğine kabule, mesleğin icrasına ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının kuruluş ve işleyişine ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir. Kanun’a göre turist rehberliği mesleğine; turist rehberliği ile ilgili eğitim veren ön lisans, lisans ve yüksek lisans programlarından mezun kişiler yabancı dil yeterliğini sağlayıp Turist Rehberleri Birliği’nin (TUREB) uygulama gezisini başarmak suretiyle kabul edilmektedirler.

Yönetmelikte 23. Madde “üniversitelerin turist/turizm rehberliği bölümlerinin ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olan ve yabancı dil yeterliliğine sahip bulunanlara” mesleğe kabul edilmenin yolunu açmaktadır. Alanyazında yüksek lisans programlarını ele alan tek isim olan Çokişler (2017), turizm rehberliği eğitiminin “Bakanlık, üniversiteler, TUREB ve YÖK” arasındaki koordinasyonsuzluk ve güç çatışması nedeniyle giderek parçalandığını, bu bozuk yapı içinde, bir meslek eğitiminin, bilgi üretmekle yükümlü fakülteler bünyesinde mi, yoksa meslek yüksekokulları içinde mi yürütülmesi gerektiği tartışılmadan, yüksek lisans eğitime geçildiğinin altını çizirken, bu durumda yükseköğretimin ticarileştiğini belirtmektedir. Gerek sosyal medya platformların da gerekse akademik toplantılarda dile getirilen Yüksek Lisans Programların “geniş yelpazedeki alan dışı ve/veya Kanunda vurgulanan düzeyde dil şartı aranmadan (75/C)” öğrencilerinin kabul edilmesi paradoksunun somut boyutlarının tartışılması için gerçekleştirilen bu araştırma keşifsel bir bakış açısı sunmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Madde 23 ile ilgili tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarından mezun olan kişilere

turist rehberi olma hakkı sunmasına dair turizm paydaşlarının görüşlerini tespit etmektir.

ALANYAZIN TARAMASI

Turist Rehberliği Mesleği ve Mesleki Eğitimin Önemi

Profesyonel turist rehberi, “belirli bir tur programı çerçevesinde yerli ve yabancı turistlere yol gösteren, destinasyon noktaları hakkında yararlı bilgileri doğru ve öz biçimde aktaran, tur süreci boyunca danışmanlık hizmeti sunan, ziyaretçi-ev sahibi arasında iletişim aracı olan ve ülke ve bölge tanıtımında sosyo-kültür elçiliği rolüne sahip kişilerdir” (McDonnell 2001: 3; Huang vd. 2010: 6; Köroğlu 2010: 224; Ar 2015: 35). Seyahat edenler gidecekleri destinasyonlara yabancı oldukları için destinasyon hakkında siyasi, coğrafi, ekonomik, tarihi, kültürel ve mitolojik bilgilere sahip güvenilir rehberlere ihtiyaç duymuşlardır (Cohen 1985). Bu denli geniş bir görev yetkisine sahip olan rehberler, sektörde üstlendikleri roller gereği önemli bir eğitim alt yapısına sahip olmalıdır (Güzel vd. 2019). Doğal ve tarihi kültürün temsilcisi olan turist rehberleri iyi bir şekilde seçilerek eğitime tabii tutulmalıdır (Coccosis 2005). Turistlere daha iyi ve kaliteli bir hizmet sunmanın gerekliliği olan eğitim, aynı zamanda turist rehberlerin bilgi ve becerilerini sürekli geliştirmesine ve performanslarının artması içinde gereklidir (Christie ve Mason 2003; Huang vd. 2010; Rabortić 2015; Eker ve Zengin 2016; Kabii vd. 2017). Seyahat acenteleri yöneticileri de rehberlerin iyi eğitilmesi ve yetiştirilmesi konusunun önemli olduğunu belirtmektedir (Çetin ve Yarcan 2017). Çünkü rehberlik tecrübesi öncesinde, destinasyon bilgisinin gelişimi turist rehberliği eğitiminden geçmektedir (McDonnell 2001). Modern turist rehberliğinin gerçek misyonu ve önemi, güçlü ve zengin kültürel tecrübe birikimiyle (mitoloji, alegolik edebiyat, tarih, coğrafya vb.) ortaya çıkmaktadır (Cohen 1985: 6).

Dünya genelinde gelişmekte olan ülkelerin turizm eğitimi ve öğretimiyle ilgili öngörülen birtakım eksiklikler vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir: eğitim müfredatının yetersizliği, alanında uzman kişilerden tutarlı ve kaliteli eğitim alınmaması, turizmin geleceği hakkında akademik ve uygulama alanındaki taraflarının gerekli

görüldüğünde eleştiri ya da değerlendirme yapılabilecekleri ortamlarının olmaması ve eğitimle turizm sektörü arasında koordinasyon eksikliği (Mayaka vd. 2007: 299-300). Değirmencioğlu (2001), rehberlerin ülke, bölge, yöre, tarihi eserler ve değerler hakkında yeterli bilgi sahibi olmalarını gerekliliğin ötesinde bir zorunluluk olarak görürken rehberlerin eğitimini turizm sektöründe biraz daha ayrı bir noktada göstermektedir. Turist rehberliği mesleğinin uluslararası tanınırlığı arttıkça turist rehberliği eğitimi de artık önem kazanmaktadır (Black ve Weiler 2005). Eğitim süreçleri bazı mesleklerde ülkeden ülkeye benzerlik gösterirken farklılıklarda göstermektedir. Diğer meslekler gibi, turist rehberliği mesleğini icra edebilmek için mesleki eğitim süresi gibi önemli olan yeterlilikler ülkeden ülkeye benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Türkiye'deki gibi dört yıllık Turizm Rehberliği lisans programı sürecine benzerlik gösteren Rusya, Ukrayna ve Hong Kong gibi ülkelerde dört veya beş yıllık profesyonel turizm rehberliği eğitimi almak esastır. İngiltere, Yunanistan, Kırgızistan, Azerbaycan, Özbekistan ve KKTC gibi ülkelerde rehber olabilmek için en az iki yıl profesyonel bir eğitim sürecinden geçmek gerekmektedir. Ülkemizdeki eğitim süreci ile kıyaslandığı zaman İskoçya (28 gün), Fransa (12-14 hafta), ABD (17 gün), Japonya (20 saat), Zimbabve (3 ay), Almanya (6-9 ay) ve Birleşik Arap Emirlikleri (10 gün) gibi ülkelerde bu eğitimin çok kısa sürede tamamlandığı görülmektedir. Son olarak, Hırvatistan, Kanada, Çin, Singapur ve Mısır gibi ülkelerde eğitiminin olmadığı saptanmıştır (Tanrıseven 2019: 53-54). Ülkemizde Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği esaslarınca, 1995 yılına kadar turist rehberliği eğitimi kısa süreli kurslarla, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmekteydi. Zamanla üniversite düzeyinde eğitimin çeşitlendirilmesi ile birlikte üniversiteler de rehberlik programı açmışlar ve konuya akademik boyut kazandırmışlardır (Polat 2001). Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin ön lisans veya lisans programlarından mezun olanlar yabancı dil yeterliliğine sahip olduktan ve uygulama gezisini başarıyla tamamladıktan sonra gerekli belgeleri tamamlayarak Kültür ve Turizm Bakanlığına müracaat edebilmekteydi. Eş zamanlı olarak

Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında TÜREB tarafından düzenlenen ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programları düzenlenmekteydi. Ancak 26 Aralık 2014'te yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde var olan bir madde üç boyutlu eğitimin saç ayağına bir yenisini daha eklemiştir. Yönetmelikte yer alan Madde 23, tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarından mezun olan kişilere rehber olma hakkının kapısını açmıştır. Kanunu'nun yüksek lisans eğitimi ile rehber olma hakkı vermesinin ardından, yüksek lisans programı ilk defa 2014-2015 yılında açılmıştır. Alanyazında yüksek lisans eğitimlerinden sonra rehber olma hakkının adaylara verilmesi "haksız rekabet" ve "fırsat eşitsizliği" olarak nitelendirilirken, turist rehberliği eğitiminin daha parçalı bir hal aldığı eleştirisi yapılmaktadır (Çokişler 2017). Bu noktada bazı üniversitelerin ilgili anabilim dallarında, tezli ve tezsiz yüksek lisansüstü programlarına herhangi bir alan giriş kısıtı ve/veya alt dil baraj şartı getirilmeden açılması durumu, bu yüksek lisans programlarından mezun olan kişilere rehber olmanın kapısını açarken, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerindeki ön lisans ve lisans programlarından mezun olan rehber adaylarına yeni rakipler çıkarmaktadır. Bu bağlamda Yönetmelikte yer alan Madde 23'ün geniş bir bakış açısıyla değerlendirilmesi gerekirken, bu araştırmanın temel problemi ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda çalışmada "Madde 23 ile ilgili tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarından mezun olan kişilere rehber olma hakkı sunmasına ilişkin turizm paydaşlarının görüşleri nelerdir?" şeklinde kurulan problem cümlesine aşağıdaki alt problemler çerçevesinde yanıt aranmıştır:

Alt Problem 1. Turizm paydaşlarının Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği Madde 23 ile ilgili tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarından mezun olan kişilere rehber olma hakkı sunmasının, turist rehberliği eğitiminin nitelikleri, verimliliği ve gerekliliğine dair görüşleri nelerdir?

Alt Problem 2. Turizm paydaşlarının lisansüstü seviyesinde verilen turist rehberliği eğitiminin ilişkin görüşleri nelerdir?

Alt Problem 3. Turizm paydaşlarının lisansüstü seviyesinde verilen turist rehberliği eğitiminin planlanması ve düzenlenmesine ilişkin görüşleri nelerdir?

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Farkında olunan ancak ayrıntılı ve derinlemesine bir anlayışa sahip olunan olgulara odaklanan fenomenolojik yaklaşımın (Yıldırım ve Şimşek 2013), temelini bireysel deneyimler oluşturmaktadır (Creswell 2016). Turizm paydaşlarının madde 23 ile ilgili deneyimlerini ortaya koymaya çalışan bu fenomenolojik çalışmada, bu süreçte yaşanan deneyimler, algılar, yönelimler ve durumlar derinlemesine incelenebilir. Böylelikle fenomene ilişkin deneyimler sorgulanarak deneyimlerindeki anlamın özünün anlaşılmasına çalışılmıştır. “Madde 23” üzerine yapılacak bir araştırma turizm paydaşların rehberlik mesleğinin gelişimini tüm dinamikleriyle ilgili öyküleri ortaya koyacak zengin bir veriye ihtiyaç bulunmaktadır. İhtiyaç duyulan veri zenginliğini nicel yöntemlerle sağlanabilmesi oldukça güçtür. Bu bakımdan çalışmada “Madde 23” konusunun geniş bir kavrayışa ihtiyaç duyması ve bu nedenle en uygun yöntemin sonuçlara ulaşmayı sağlayan nitel bir teknik olan olgu bilim/fenomenoloji analizi olduğuna karar verilmiştir.

Örneklem, Veri Toplama Aracı ve Veri Analizi

Çalışmaya amaçlı örnekleme yöntemi (kartopu örnekleme) kapsamında turizm rehberliği öğrencileri, turist/turizm rehberliği akademisyenleri ve turist rehberleri araştırmaya dahil edilmiştir. Lisans ve lisansüstü öğrencileri, eğitimin parçası ve deneyim aktörleri olduğu için; turist rehberleri, lisansüstü eğitimin mesleki istihdam üzerine etkisi gözlemledikleri için; turist/turizm rehberliği akademisyenleri ise uzman görüşüne ihtiyaç duyulması ve eğitim aktörleri olmaları nedeniyle çalışmaya dahil edilmişlerdir. Ayrıca, çalışmaya seçilen 13 kişi rehberlik çalışma kartına, tecrübesine (üç yıldan otuz altı yıla) ve çeşitli rehberlik uzmanlık alanlarına (örn. bölge, kültür, gastronomi ve inanç turları) sahiptir. Araştırmada, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu bağlamda görüşme (yüz yüze

ve telefon ile) ve e-mülakat tercih edilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler, 30-40 dakika arasında sürmüştür. Görüşmelerin tamamı, 01.11.2019 ile 25.12.2019 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Fenomenolojik çalışmalarda Polkinghorne'nin (1989) aktardığı üzere görüşmeler için uygun katılımcı sayısı “beş ile yirmi beş arasında değişmektedir” (Creswell 2016: 81). Araştırma kapsamında toplamda on yedi katılımcı ile görüşülmüştür. Veri doygunluğu sağlandığında görüşmeler tamamlanmıştır. Çalışma kapsamındaki katılımcı sayısı, nitel desende tasarlanan diğer turist rehberliği çalışmaları (Wong ve Wang 2009; Mak vd. 2011; Wong ve Lee 2012; Tsaur ve Lin 2014) ile benzerlik taşımaktadır. Katılımcılar, K1, K2, K3 şeklinde kodlanmıştır.

Görüşmeler ses kayıt cihazı yoluyla kayıt altına alınmış olan sözel veri dikkatli biçimde deşifre edilmiştir. Deşifre edilen ve hazır hale getirilen veriler betimsel analiz tekniğine tabi tutulmuştur. Betimleyici fenomenolojide veri analizi, önemli açıklamalar ve temalar üzerine kurgulanmaktadır (Creswell 2016). Bu bağlamda katılımcıların fenomene ilişkin önemli ifadeleri belirlenmiştir. Akabinde ortak ifadeler gruplandırılmıştır. Bunun sonucunda ortak ifadeler belli temalar oluşturacak biçimde bölümlendirilmiştir.

Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Nitel araştırmalarda “geçerlik” bilimsel bulguların doğruluğunu yansıtırken, “güvenirlik” ise bilimsel bulguların tekrarlanabilirliğini ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek 2013). Fenomenolojik yaklaşım gösteren bu araştırmada geçerlik ve güvenilirlik kriterlerinin sağlanması için çeşitli adımlar takip edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu ilgili alan yazının detaylı incelenmesi sonucunda oluşturulmuş ve temaların kendi aralarındaki ilişki ve tema-kod ilişkisi sağlanarak bütünlük sağlanmıştır. Görüşme esnasında katılımcılara kaydedilen bilgilerin sadece bilimsel amaçlı kullanılacağı belirtilerek, bilgilerin gizliliği konusunda katılımcı izin formu aracılığıyla katılımcılarla güven ilişkisi kurulmuştur. Direkt alıntılar şeklinde sunulan verilere herhangi bir yorum eklenmeyerek araştırmanın iç ge-

çerliğini (inandırıcılığını) artırılması sağlanmıştır. Çalışmanın dış geçerliğin (aktarılabirliğin) sağlanması için görüşme sorularının hazırlanması, araştırmanın modeli, çalışma grubu ve özellikleri, veri toplama araçları, veri toplama süreci, verilerin çözümlenmesi ve analizi olmak üzere araştırma sürecine yönelik ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği benimsenmiştir. Çalışmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) sağlamak açısından veriler alanında uzman bir akademisyen tarafından analiz edilmiş, elde edilen sonuçlar karşılaştırıldıktan sonra tutarlılık oranı hesaplanmıştır. Bu çalışmada Kappa katsayısının 0,78 olarak belirlenmiş olması kodlamalar arasında önemli düzeyde bir uyumun olduğunu göstermiştir (Landis ve Koch 1977).

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Elde edilen bulgular, paydaşlar bağlamında üç kısımda irdelenmiştir. Öncelikle turizm rehberliği eğitimi alan lisans/lisansüstü öğrenciler, turizm rehberliği alanındaki akademisyenler ve profesyonel turist rehberleri bağlamında ayrı ayrı görüşmeler yapılmıştır. Tablo 1, görüşme yapılan paydaşlara ilişkin demografik bilgileri sunmaktadır.

Alt Problem 1 Çözümlemesi: Verilerden elde edilen bulgular sekiz tema altında toplanmıştır (Tablo 2). Bu temalar; eğitim eksikliği, eğitim programının yetersizliği, mesleki dejenerasyon, rehberlere yönelik psikolojik etkisi, rehberlik bölümü öğrencilerine yönelik psikolojik etkisi, mesleki aidiyet eksikliği, mesleki yetersizlik ile meslek istihdamına etkisi olarak tanımlanmıştır (Şekil 1).

Eğitim eksikliği temasında katılımcıların çoğu, teorik ve uygulamalı ders eksikliklerinin ortaya çıkacağını önemle belirtmiştir, yüksek lisans programından mezun olan kişinin temel eğitim bakımından zayıf olacağını, multidisiplinler arası bakış açısına sahip olunmayacağını, turizm disiplinine hakim olunamayacağını ve uzmanlaşma da eksiklik meydana geleceğini vurgulamaktadırlar. Katılımcıların büyük çoğunluğu alan-dışından tezli ve tezsiz lisansüstü eğitim programına alınan kişilerin Turizm Rehberliği lisans programı mezunu olan alan-içi kişilere göre

alacakları eğitim programının yetersiz olacağını vurgulamışlardır. Ayrıca, eğitim programının kısa olacağını ve eğitim seviyesinde eşitsizlik olacağını belirtmektedirler.

Mesleki dejenerasyon teması kapsamında, katılımcılar Madde 23'ün uygulanmasının mesleki etik açısından uygun bir durum olmayacağını, ülke/meslek imajına zarar verme, mesleki dejenerasyon durumu ile karşılaşılacağını ve turist rehberliği mesleğinin ek iş olarak görülmesine neden olacağını vurgulamışlardır. Rehberlere yönelik psikolojik etki teması kapsamında, katılımcılar alan-dışı kişilerin Madde 23 ile rehber olma hakkı elde etmelerinin turist rehberlerinin motivasyonunu düşüreceğini ifade etmiştir. Ayrıca, meslek aidiyet duygusunun gelişmeyeceği de vurgulanmıştır. Katılımcılar mevcut öğrencilerin motivasyonunun kırılacağını vurgulamıştır. Ayrıca, öğrencilerin eğitime yönelik idealist bakış açılarının kaybolacağı belirtilmiştir. Diğer taraftan "mesleğe yönelik güveninin kaybedileceği", "gelecek kaygısının oluşacağı", "meslek değiştirme eğiliminin artacağı" ve "öğrencilerin özlük haklarının gasp edileceği" katılımcılar tarafından kodlanmıştır. Öğrencilerin ve rehberlerin üzerinde oluşacak olan psikolojik etkiyi şu cümle ile vurgulamışlardır:

"Öğrenciler kendilerine haksızlık yapıldığının gayet bilincinde. Bir tarafta dört sene boyunca ağır bir tarih- mitoloji-din müfredatında dirsek çürüten öğrenciler varken diğer tarafta bir sene - iki dönem üstelik rehber hocaları bile olmadan yüksek lisans eğitimini tamamlayıp çalışma kartı alan bireyler..." K12

Mesleki aidiyet eksikliği teması altında yer alan kodlara bakıldığında "sorumluluk bilincinin gelişmemesi" ön plana çıkmıştır. Bunun yanı sıra, katılımcılar tarafından "bilinçsiz rehberlerin yetiştirilmesi" ve "mesleğin itibarsızlaşması" da vurgulanmıştır. Katılımcılar tarafından eleştirilen mesleki yetersizlik temasında, dört yıllık lisans eğitimi ile karşılaştırıldığında kısa süren lisansüstü eğitimin tamamlanması durumunda çoğunluğu rehberlere yeterli niteliğin kazandırılmayacağı, rehberlerin yeterli donanımına sahip olunmayacağı ve bazıları ise kalitesiz hizmet veren rehberlerin sahaya gireceği konularına değinilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik ve Mesleki Özellikleri

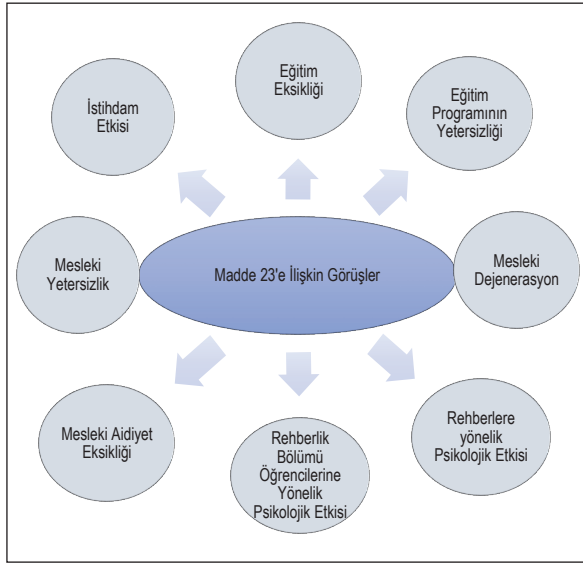
Kod	Meslek/Öğrenci	Cinsiyet	Yaş	Eğitim/TR Belgesini Alma Eğitimi	Rehberlik Tecrübesi	Rehberlik Dil(ler)i	Rehberlik Bölgesi ve Uzmanlığı
K1	Lisans öğrencisi	K	19	-	-	-	-
K2	Lisans öğrencisi	E	21	-	-	-	-
K3	Doktora öğrencisi ve TR	E	35	Lisans	8 yıl	İngilizce	Bölgesel: İç Anadolu ve Doğu Karadeniz
K4	Doktora öğrencisi ve TR	E	36	Lisans	3 yıl	İngilizce	Bölgesel: Marmara, İç Anadolu ve Ege
K5	Lisans öğrencisi	K	21	-	-	-	-
K6	Doktora öğrencisi ve TR	K	33	Lisans	8 yıl	İngilizce	Bölgesel: Ege
K7	Akademisyen ve TR	K	30	Doktora-Lisans	9 yıl	İngilizce	Ülkesel: Kapadokya
K8	Akademisyen ve TR	K	34	Doktora-Lisans	9 yıl	İngilizce	Ülkesel: GAP
K9	Akademisyen ve TR	E	43	Doktora-Lisans	10 yıl	İngilizce	Ülkesel: Kapadokya
K10	Akademisyen ve TR	K	34	Doktora-Lisans	5 yıl	İngilizce	Ülkesel: Güney Doğu Anadolu ve Ege Bölgesi
K11	Akademisyen	K	36	Doktora	-	-	-
K12	Akademisyen ve TR	E	33	Doktora-Lisans	7 yıl	İngilizce	Ülkesel: Karadeniz ve Marmara
K13	TR	E	81	Bakanlık Kursu	36 yıl	İngilizce-Japonca	Ülkesel: Kültür turları
K14	TR	K	35	Ön Lisans	12 yıl	İngilizce	Ülkesel: Kültür ve yayla turları
K15	TR	K	43	Ön Lisans	14 yıl	İtalyanca	Ülkesel: Kültür turları
K16	TR-Seyahat Acentesi Yöneticisi	E	41	Bakanlık Kursu	10 yıl	Rusça	Ülkesel: Kültür ve inanç turları
K17	TR	K	36	Lisans	8 yıl	İngilizce	Ülkesel: Kültür ve gastronomi turları

Madde 23'ün mesleki istihdam üzerine etkisi kapsamında, katılımcılar büyük çoğunluğu rehber enflasyonu durumuna dikkat çekmiştir. Mevcut rehberlerin ise işsiz kalacağı hemen hemen bütün katılımcılar tarafından kodlanmıştır.

Ayrıca, haksız rekabetin ortaya çıkacağı ve tur/rehber taban fiyatlarının düşeceği gibi önemli endişeler katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Alt Problem 2'ye Yönelik Çözümlemesi: Bulgular kapsamında üç temaya ulaşılmıştır (Tablo 3). Bu

Tablo 1. Katılımcıların Demografik ve Mesleki Özellikleri



Şekil 1. Madde 23'ün Turizm Rehberliği Eğitimine Nitelikleri, Verimliliği ve Gerekliliğine Dair Görüşler

temalar lisansüstü programına yönelik eleştiriler, eğitim veren akademisyenler ile eğitim programı müfredatı olarak tanımlanmıştır. Üç tema incelendiğinde; "Lisansüstü Programa Yönelik Eleştiriler" teması altında ulaşılan sonuçlar tez yazılmamasının eksikliği, alan kısıtlaması olmaması, öğrenci alım koşullarının haksız rekabeti sağlaması ve alan dışı öğrencilere bilimsel hazırlık olmaması görüşleridir. Tez yazılmamasının eksikliği görüşü de ortaya çıkmıştır. Öğrenci alımında alan kısıtlaması olmaması fikrine katılımın çoğunlukta olduğu gözlenmiştir.

Birinci temayla ilgili tabloda yer verilen son kod olan alan dışı öğrencilere bilimsel hazırlık olmaması konusunun önemini vurgulamışlardır. İkinci tema ise eğitim kalitesi, niteliği, bölüm dersleri ve öğrenciyle ilgili etmenlerden ziyade eğitimcilerin etkisi de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Bulgular ışığında "Eğitim veren akademisyenler" temasıyla ilgili olarak reh-

Tablo 2. Madde 23 İlişkin Görüşlerin Çözümlemesi

Tema	Kod	Öğrenciler					Akademisyenler					Turist Rehberleri					N*		
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15		K16	K17
Eğitim Eksikliği	Teorik ders eksikliği	x	x	x	x			x	x		x	x			x	x		x	11
	Uygulamalı ders eksikliği	x	x	x	x				x		x				x	x		x	9
	Eğitim temelinin zayıf olması	x		x								x			x	x			5
	Uzmanlaşma eksikliği							x						x	x	x		x	5
	Multidisipliner bakış açısına sahip olamama				x										x			x	3
	Turizm disiplinine hakim olmama							x											1
Eğitim Programının Yetersizliği	Eğitim programının yetersiz kalması			x	x		x	x	x	x	x					x			8
	Eğitim süresinin kısa olması					x				x	x						x		4
	Eğitim seviyelerinin farklı olması	x											x		x		x		4

Tablo 2. Madde 23 İlişkin Görüşlerin Çözümlemesi (Devam)

Tema	Kod	Öğrenciler					Akademisyenler					Turist Rehberleri					N*		
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15		K16	K17
Mesleki Dejenerasyon	Meslek imajına zarar vermesi	x							x	x							x		4
	Ülke imajına zarar veren donanımsız rehberlerin	x															x		2
	Mesleğin ek iş olarak görülmesi					x					x								2
	Mesleki etiğe uygunsuzluk	x																	1
Rehberlere yönelik Psikolojik Etkisi	Mevcut rehberler için motivasyon düşürücü etkisi	x	x	x	x	x		x	x		x	x	x						10
	Meslek aidiyet duygusunun gelişmemesi		x			x					x								4
Rehberlik Bölümü Öğrencilerine Yönelik Psikolojik Etkisi	Mevcut öğrencilerin motivasyonunun kırılması	x		x	x	x			x	x	x	x		x			x		10
	Rehberlik öğrencilerinin mesleğe yönelik güvenini kaybetmesi				x			x		x									3
	Eğitime yönelik idealist bakış açısını kaybetme				x	x			x										3
	Rehberlik öğrencilerinde gelecek kaygısı oluşması				x				x										2
	Öğrencilerin özlük haklarının gasp edilmesi	x																	1
	Rehberlik öğrencilerinin meslek değiştirme eğilimini artırması		x																1

Tablo 2. Madde 23 İlişkin Görüşlerin Çözümlemesi (Devam)

Tema	Kod	Öğrenciler					Akademisyenler					Turist Rehberleri					N*	
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15		K16
Mesleki Aidiyet Eksikliği	Bilinçsiz rehberlerin yetiştirilmesi		x						x	x				x		x		5
	Mesleki niteliğin düşmesi				x			x		x				x				4
	Mesleğin itibarsızlaşmasına neden olmak						x				x			x		x		4
Mesleki Yetersizlik	Sorumluluk bilincinin gelişmemesi		x	x														2
	Yeterli donanıma sahip olamama				x									x				2
	Kalitesiz hizmet veren rehberlerin sahaya girmesi									x								1
İstihdam Etkisi	Rehber enflasyonuna sebep olması	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x		x	x	14
	Mevcut rehberlerin işsiz kalmasına neden olma	x		x	x	x			x		x			x			x	8
	Taban fiyatların düşürülmesine katkı sağlamaları		x	x					x	x	x			x		x	x	8
	Haksız Rekabet		x	x	x			x		x	x			x				7

N: İfadeye katılan kişi sayısını belirtmektedir.

berlik bölümü mezunu alan hocalarının eksikliği, sektörel deneyiminin olması gerekliliği ve son olarak alanında uzman akademisyenlerin programı desteklemesi şeklinde alt kodlara ulaşılmıştır. Bu kodların oluşmasını sağlayan katılımcı ifade örneği aşağıda verilmiştir:

“Özellikle başka bir anabilim dalından gelenler için en az bir yıl bilimsel hazırlık olması gerekir. Turizm ile ilgili temel kavramlarında verildiği bir girişin olması, rehber adaylarının sektörün özellikleri ile ilgili bilgi sahibi olmasını sağlayacaktır.” K6

Eğitime yönelik bulgular incelendiğinde “Eğitim Programı Müfredatı” bir tema olarak ortaya

çıkmıştır. Katılımcıların ifadeleri sonucunda lisansüstü eğitiminin amacının sadece rehber yetiştirmek olmadığı, aksine öğrencilere bilimsel araştırma yapma kabiliyeti ve yetisi kazandırmak olduğunun altı çizilmiştir. Lisansüstü eğitimin bilimsel teori ve uygulamalara yönelik verilmesi, lisansüstü eğitimle öğrencilere araştırma yapma yetisi kazandırılması, araştırma yöntemleri derslerinin artırılması, rehber yetiştirmekten önce uzmanlaşma derslerinin önceliğin gerekliliği, lisansüstü derslerin rehber yetiştirme hususunda lisans programı içerik olarak yetersiz olması, lisansüstü derslerin sayısı olarak yetersiz

Tablo 3. Lisansüstü Turizm Rehberliği Eğitimine İlişkin Görüşler

Tema	Kod	Öğrenciler					Akademisyenler					Turist Rehberleri					N*		
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15		K16	K17
Lisansüstü Programa Yönelik Eleştiriler	Alan kısıtlaması olmaması				x			x	x	x	x	x		x		x	x	10	
	Tezsiz YL'da Tez yazılmaması			x										x	x	x	x	5	
	Alan dışı öğrencilere bilimsel hazırlık olmaması						x			x			x			x		4	
	Öğrenci alım koşullarının haksız rekabeti sağlaması						x		x		x							3	
Eğitim Veren Akademisyenler	Alanında uzman akademisyenlerin programı desteklenmesi gerekliliği			x				x		x		x		x			x	x	7
	Sektörel deneyiminin olması gerekliliği			x	x		x			x	x			x					6
	Rehberlik bölümü mezunu alan hocalarının eksikliği			x				x	x	x	x								5
Eğitim Programı Müfredatı	Rehber yetiştirmekten önce uzmanlaşma derslerinin önceliğinin gerekliliği			x										x	x	x	x	5	
	Lisansüstü eğitimin bilimsel teori ve uygulamalara yönelik verilmesi			x												x	x	4	
	Lisansüstü derslerin, rehber yetiştirme hususunda lisans programı içerik olarak yetersiz olması				x		x											2	
	Lisansüstü eğitimle öğrencilere araştırma yapma yetisi kazandırılması				x			x										2	
	Araştırma yöntemleri derslerinin artırılması								x									1	
	Lisansüstü derslerin sayısı olarak yetersiz olması							x										1	

olması kodları içerik olarak bu tema altında toplanmıştır. Aşağıda yer verilen katılımcı ifadeleri bu boyuta ilişkin örnek olarak sunulabilir:

"...derslerin büyük bir çoğunluğu öğrenciyi akademiye hazırlar. Halbuki, TR lisans programı öğrenciyi rehberlik için gerekli nitelikleri ve donanımları sağlamaktadır." K3

Tablo 4. Lisansüstü Eğitimin İyileştirilmesine Yönelik Görüşler

Tema	Kod	Öğrenciler							Akademisyenler					Turist Rehberleri					N*
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	
Müfredat İçerik Planlama	Uzmanlaşma derslerinin eklenmesi			x	x		x							x		x	x	x	7
	Temel mesleki derslerin yoğunlaştırılması							x					x	x		x	x		5
	Tezli ve tezsiz lisansüstü çıktılarının iyi belirlenmesi ve ayrıştırılması						x					x	x			x	x		5
	Ders içerikleri dış paydaşlar ile belirlenmesi						x		x										2
	Ders içeriklerinin sektör ihtiyacına göre planlanması						x						x						2
	Tezsiz programda 6 aylık sertifika kursların ders içerikleri baz alınma gerekliliği				x							x							2
	Temel Lisansüstü dersleri üniversiteler arası ortak bir toplantı ile belirlenmeli										x								1
	Araştırma yöntemleri ve istatistik derslerine de ağırlık verilmesi								x										1
Lisansüstü Alım Koşulları	Alan kısıtlaması gerekliliği	x							x	x	x		x		x	x		7	
	Dil giriş puanının yönetmeliğe göre ayarlanması (75/C)						x				x	x	x	x			x	7	
	Turizm rehberliği bölümü mezunlarının alınması							x	x	x	x			x			x	6	
	Rehberlik lisansı derecesine sahip olan akademisyenlerin artırılması							x	x		x			x				4	
	Alan dışı için bilimsel hazırlık şartı getirilmesi						x				x			x			x	4	
	Alan dışına açılımın yalnızca nadir dillerde olması							x						x			x	4	

Tablo 4. Lisansüstü Eğitimin İyileştirilmesine Yönelik Görüşler (Devam)

Tema	Kod	Öğrenciler					Akademisyenler					Turist Rehberleri					N*		
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15		K16	K17
Program iyileştirme	Turizm Fakültesi bölümlerine açılması									x			x						2
	Uygulamalı derslerin artırılması								x						x				2
	Uluslararası ülkelerin iyi uygulamalarının takip edilmesi						x												1
	Program isimlerinin standartlaştırılması					x													1
	Rehberlik alanında çalışması olan akademisyenlerin ders vermesi									x									1
	Turizm rehberliği doktorası ile lisans mezunlarının akademiye yönlendirilmesi										x								1
	Kontenjanların ihtiyaca göre planlanması						x												1
Öğrencilere yönelik Entegrasyon	Alan dışı öğrencilerin turizm disiplinini öğrenmelerini sağlama		x	x															2
	Mevcut rehberlik öğrencilerinin özgüvenlerinin artırılması						x												1

"Verilen derslerin sayı ve içerik olarak yetersiz olduğunu düşünüyorum." K6

Alt Problem 3'e Yönelik Çözümleme: Lisansüstü eğitimi iyileştirmeye yönelik görüşler kapsamda dört temaya ulaşılmıştır (Tablo 4). Bu dört temanın altında, 22 alt kod yer almaktadır. Bu tema ve alt kodlar detaylandırılırsa ilk tema başlığı "Müfredat İçerik Planlama" olmuştur. Lisansüstü eğitimde müfredatı ve içerik planlamasını iyileştirmek amacı taşıyan alt kodlar şunlardır: ders içerikleri dış paydaşlar ile belirlenmesi, ders içeriklerinin sektör ihtiyacına göre planlanması, uzmanlaşma derslerinin eklenmesi, tezli ve tezsiz lisansüstü çıktılarının iyi belirlenmesi ve ayrıştırılması, temel mesleki derslerin yoğunlaştırılma-

sı, araştırma yöntemleri ve istatistik derslerine de ağırlık verilmesi, temel lisansüstü dersler bir şura ile belirlenmeli, tezsiz programda altı aylık sertifika kursların ders içerikleri baz alınma gerekliliği. Bahsedilen alt kodlarda en fazla hemfikir olunan kod ise "uzmanlaşma derslerinin eklenmesi" olmuştur.

Lisansüstü eğitim müfredatına yönelik görüşler bildirilmiştir. Aslında müfredatın tamamen pürüzsüz bir eğitim sağlamasının bile iyileştiremeyeceği fakat müfredat içerik planlamasının iyileştirilmesi kadar da önemli olan bir husus daha belirlenmiştir. Bu husus ise "Lisansüstü Alım Koşulları" temasını oluşturmuştur. Bu temanın alt kodları ise: Alan kısıtlaması gerekliliği, turizm rehberliği bölümü mezunlarının alınması,

turizm fakültesi bölümlerine açılması, alan dışı için bilimsel hazırlık şartı getirilmesi, alan dışına açılımın yalnızca nadir dillerde olmasıdır. Bahsedilen alt kodlarda en fazla hemfikir olunan iki konu vardır. Bunlardan birisi “turizm rehberliği bölümü mezunlarının alınması” ve “alan kısıtlanması gerekliliği” kodları olmuştur. Aşağıda, söz konusu bulgu bağlamında bir örnek verilmiştir:

“Çıkış noktasının mantıklı olup uygulamada üniversiteler tarafından amacına uygun olarak kullanılmayan bir durum oluşmasına sebebiyet vermiştir. Tezsiz yüksek lisans, bakanlık kurslarının iptal edilip rehberlik alanında lisans – ön lisans mezunu olmayıp farklı alanlarda lisans eğitimi görmüş ve özellikle nadir dillere sahip bireylerin turist rehberi olmasını sağlayan bir uygulamadır. En azından bu amaçla getirilmiş bir uygulamadır. Fakat bakanlık kursları kapanmadığı gibi tezsiz yüksek lisans uygulaması da nadir dillere hizmet etmeyecek şekilde üniversitelere açılmıştır. Kimi üniversiteler asgari dil şartı ile öğrenci alma yoluna gitmiştir. Üçüncü Turizm şurasında da ileriki turizm planlamasında tezsiz eğitime son verilmesine yönelik kararlar alınmıştır. Ayrıca İstanbul Rehberler Odası 2018 yılında tezsiz rehberlik eğitiminin son derece şikayetlere sebep olduğu ve amacına uygun şekilde işlemediğine yönelik bir basın duyurusu da yayınlamıştır. Öte yandan bu programları açma hususunda üniversitelerde bir kıstas olmaması da büyük bir yanlış. Örneğin X üniversitesinde turist rehberliği bölümü yok, fakültede bir adet turist rehberi olan ya da turist rehberliği bölümü mezunu hoca yok ama tezsiz turist rehberliği programı var. Şimdi bu bölgede bir turist rehberi ihtiyacı var mıdır? Yüksek lisans seviyesinde eğitim gören bu öğrencilere kim nasıl hangi rehberlik eğitimini vermektedir?” K12

Müfredattaki ve alım koşullarındaki iyileştirmeleri sağlamak için program iyileştirmesi de gerekli görülmüştür. “Program iyileştirme” tema başlığı eklenerek birbirinden önemli yedi alt kod ortaya çıkmıştır. Bu kodlar: Program isimlerinin standartlaştırılması, kontenjanların ihtiyaca göre planlanması, uluslararası ülkelerin iyi uygulamalarının takip edilmesi, rehberlik lisansı derecesine sahip olan akademisyenlerin artırılması, rehberlik alanında çalışması olan akademisyenlerin ders vermesi, turizm rehberliği doktorası ile lisans mezunlarının akademiye yönlendirilmesi, uygulamalı derslerin artırılması. Alt kodlar incelendiğinde ise “rehberlik lisansı derecesine sahip olan akademisyenlerin artırılması” kodu katılımcıların çoğunun dile getirdiği görüşler içerisinde yer almıştır.

Son olarak “öğrencilere yönelik entegrasyon” teması ele alınmıştır ve iki alt kod oluşturulmuştur. Bu alt kodlar ise: Alan dışı öğrencilerin turizm disiplini öğrenmelerini sağlama ile mevcut rehberlik öğrencilerinin özgüvenlerinin artırılmasıdır. Görüldüğü üzere her tabloda yer verilen psikolojik etkiler Madde 23’e bakış açısının beraberinde getirdiği olumsuzlukları ortadan kaldırmak, lisansüstü eğitim görüşleri, lisans ve lisansüstü eğitimi iyileştirmek adına gereklidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireylerin bir meslekte uygulamaya geçmesi için belirli bir eğitim düzeyini tamamlaması gerekmektedir (Tanrısever 2019). Bu araştırmaya söz konusu araştırma problemi Yönetmelik’te yer alan lisansüstü eğitimler Tanrısever’in (2019) vurguladığı bu gereklilikten yola çıkan bir bakış açısı ile oluşturulmuştur. Çalışmada yapılan çözümlenmeler ile Madde 23’ün kısıtlarının makro boyutlu olduğu görülmüştür. Bu temel boyutlar “eğitim eksikliği, eğitim programının yetersiz oluşu, mesleki dejenerasyon, rehberlere ve öğrencilere yönelik psikolojik etki, mesleki aidiyet eksikliği, mesleki yetersizlik ve istihdam etkisi” olarak ortaya çıkmıştır. Bu içerikler arasında mesleki aidiyet eksikliği önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü mesleki aidiyetin yüksek olması turistlerin turlardan olumlu tecrübeler edinmesine kapı açacaktır. Madde 23 sayesinde sektöre daha fazla rehber kazandırılmasının sonuçlarından birisi ise mesleki aidiyet eksikliği olacaktır. Bunun sonucunda sektörde bilinçsiz rehberlerin olması ve mesleğin ek iş olarak görülmesine yol açacağı düşünülmüştür. Mesleği ek iş olarak icra eden turist rehberlerini tura çıkarmak mesleki bağlılık eksikliğine ve mesleğin önü kesilip umut veren bir gelecekte yoksun olmasına neden olacaktır (Mak vd. 2011).

Eğitim eksikliği bağlamında bir yıl araştırma yöntemleri odaklı ders aşaması ve bir yılda tez/proje dönemi olarak eğitimin verildiği lisansüstü eğitimlerin içeriklerinin yetersiz olduğu görüşü ortaya çıkmıştır. Literatürde ülkenin tanıtımından destinasyonun ekonomik sürdürülebilirliğine kadar önemli konularda kritik görevler üstlenen rehberlerin, yetkinliği ve donanımı için teoriğin yanında, pratiğe ve uygulama konularını

içeren iyi bir eğitimden geçmeleri gerektiği vurgulanmaktadır (Jacobson ve Robles 1992; Christie ve Mason 2003; Güzel vd. 2019). Özellikle teorik derslerin rehber yetiştirmeye yönelik olmadığı, yetersiz kaldığı, uygulamalı derslerin yetersiz oluşu en çok göze çarpan sonuçlar olmuştur. Yenipınar ve Zorkirişçi'nin (2013) Avrupa'daki turist rehberliği eğitim sürecinin uygulamadaki teknik çeşitliliği, uzmanlık kazandırma, yönlendirme ve teorik yanında pratiğin de eğitime aynı yoğunlukta dahil edilmesinin Türkiye'deki teorik ve pratik eğitim uygulamalarında yetersiz kaldığı keşfettiği çalışma lisans programlarının sorgulanmasını hedef alırken, Madde 23 ile birlikte lisansüstü eğitimlerde yeni sorgulanacak alanlar olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye'de olduğu gibi Avustralya, Amerika, İngiltere ve Costa Rica gibi ülkelerde de eğitimin yanı sıra detaylı ve zengin içerikli eğitim sertifika programları ile rehberler yetiştirilmektedir (Jacobson ve Robles 1992; Knudson vd 1995; Mason ve Christie 2003; Rabotić 2015; Lovrentjev 2015).

İngiltere'de de turist rehberliği, eğitim yoluyla edinilen ve bir lisans gerektiren meslek olarak kabul edilmektedir. Başvuranların rehberlik konusunda temel bilgileri edindiği özel olarak düzenlenmiş kursların yanı sıra özel turist rehberliği bölümlerinde Türkiye, Mısır, Litvanya ve Malta gibi ülkelerde yapıldığı gibi 2-4 yıl süren eğitim ve üniversitelerin çalışma programları da mevcuttur (Rabotić 2015).

Araştırma sonuçlarına göre önlisans-lisans öğrencilerinin aldığı eğitim ile kıyaslandığında haksız bir rekabetin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Nitekim "rehberlik bölümü öğrencileri ve turist rehberlerine yönelik psikolojik etkiler"e bakıldığında bu durumun her iki taraf içinde motivasyon düşürücü bir etki yarattığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Özellikle öğrencilerin henüz eğitimleri esnasında mesleğe yönelik güvenlerini kaybetmeleri, özlük haklarının gasp edildiğini düşünmeleri, gelecek kaygısı taşımaları ve sektör değiştirme yoluna gitmeleri üzücü bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Bu açıdan Yarcan'ın da (2017) belirttiği gibi farklı düzeyde eğitim almış rehberlerin varlığı, kalite farklılığı yaratacaktır.

Alan dışı lisansüstü öğrencilerin turizm reh-

berliği hakkı edinerek rehber olmalarının getirdiği bir takım olumsuz sonuçlarda çıktı olarak bulgularda ortaya çıkmıştır. Eğitim programının yetersizliği ile kısa sürede kısıtlı dersleri alarak rehber olan kişilerin mesleki dejenerasyona sebep olabileceği ortaya çıkarken, donanımsız rehberler ile mesleğin imajının zedelenebileceği, mesleğin ek iş olarak görülerek itibarsızlaştırılabileceği, etiğe uygun davranışları sergilemeyen rehberlerin sektörde çalışmaya başlayacağı vurgusu yapılmıştır. Eğitim programının yetersizliğine ek olarak tam donanıma sahip olmayan rehberlerin mesleki yetersizlik ile de karşılaşacakları aşıkardır. Yine bu boyut, mesleki dejenerasyon boyutunu destekleyen bir unsur haline gelecektir. Nitekim kısıtlı eğitim ile sorumluluk bilincine ve yeterli donanıma sahip olmayan kişiler mesleği icra ederken, kalitesiz rehberlik hizmeti verilerek, ülke ve meslek imajına da olumsuz katkı sağlayacaktır. Rehberlik mesleğinde yüz yüze hizmet verildiği ve hizmet anlık gerçekleştiği için nitelikli bir hizmet sağlamak oldukça önemlidir. Bu açıdan Çetin ve Yarcan'ın da (2017) belirttiği gibi rehberlik eğitimi, rehber-tur operatörü ilişkisinde dikkate alınmalıdır.

Sektörde çalışan rehberler için ise istihdam boyutu ile ortaya çıkan sonuçlar düşündürücüdür. Özellikle kriz ortamlarından kolay etkilenen turizm sektöründe yeterli donanıma sahip olmayan kişilerin rehber olması ile birlikte rehber enflasyonu ortaya çıkarken, mevcut rehberlerin işsiz kalması sonucunun gözlemlenebileceği görüşü ortaya atılmıştır. Ayrıca yeterli donanıma sahip olmayan kişilerin yönetmelikte yasak olduğu ve disiplin suçu gerektiren taban altında tura çıkarak tur fiyatlarının düşürüleceğine ve bununda haksız rekabeti doğuracağı kaygısı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Alanyazında konu ile ilişkili olan tek çalışma Çokişler'in (2017) tarafından gerçekleştirilmiş ve bu kaygılar da belirtilmiştir.

Yönetmeliğinde alan dışı öğrencilerin rehber olmasına olanak tanıdığı mevcut lisansüstü eğitimin durumunun değerlendirilmesi açısından yöneltilen soru ile de mevcut lisansüstü eğitimin durumu gözler önüne serilmiştir. Lisansüstü programına yönelik birtakım eleştiriler sunul-

muştur. Bunlar alan kısıtlaması olmaması, tezsiz eğitimin bitirilmesi, bilimsel hazırlığın verilmesi ve alım koşullarının haksız rekabeti sağlaması olarak ortaya çıkmıştır. Lisansüstü eğitim bağlamında eğitim veren akademisyenlerin özellikle sektörel deneyimi olan ve aynı lisans derecesine sahip olan öğretim üyeleri merkezli olması gerekliliği çıktı olarak ortaya çıkmıştır. Eğitim programı müfredatı boyutu ise en geniş içeriğe sahip olan boyut olarak belirlenmiştir. Bu içerik bağlamında ele alındığında lisansüstü eğitimin amacının, bilimsel araştırmalar yapma yeteneği donanımını inşa etmek olduğu, bu hususta eğitim programlarının sayı ve araştırma odaklı ders içeriği bağlamında eksik olduğu eleştirileri merkezli olduğu görülmüştür. Nitekim turist rehberi adaylarının derin bir tarih, mitoloji, flora-fauna, iklim, nüfus, genel kültür, coğrafya vb. konular ile ilgili donanımlı olması gerekmektedir (Hu 2007).

Araştırmanın temel hedeflerinden birisi de Madde 23'e eleştirel bir bakış açısı sağlarken, uygun çözüm fikirlerinin de üretilmesiydi. Bu bağlamda elde edilen bulgular mevcut uygulamaya katkı sağlayacak çözüm önerileri sunmuştur. Müfredatın planlanması aşamasında uzmanlaşma, araştırma ve temel mesleki derslerinin eklenmesi gerekliliği, derslerin belirlenmesi esnasında eğitim-öğretim süreci planlanması aşamasında sektörel ihtiyacın gözetilmesi gerekliliği, dış paydaşların fikirlerinin alınması gerekliliği, lisansüstü eğitimi veren tüm üniversitelerin iş birliği kapsamında toplantılar yaparak fikir birliğine varmaları gerekliliği gibi öneriler sunulmuştur. Yine alan dışı öğrencilerin lisansüstü turizm rehberliği eğitimine alınmaları bağlamında alım koşullarının yeniden revize edilmesi ise bir boyut olarak belirlenmiştir. Nitekim benzer öneri Çokişler'in (2017) çalışmasında da ortaya çıkmıştır. Bu boyut bağlamında ise alan kısıtlamasının getirilmesi gerekliliği, alan dışına açılmanın sorgulanması çok gerekli hallerde iyi planlanarak kabul edilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Yine bir diğer öneri boyutu ise program iyileştirme boyutu olarak elde edilmiştir. Bu bağlamda ise program isimlerinde birlik sağlanması, uluslararası iyi uygulamaların incelenmesi, turizm fakültesi bünyesindeki öğrencilerin programa dahil edilme-

si, rehberlik alanında çalışmaları ve deneyimleri olan öğretim üyelerinin programları yürütmele-ri, kontenjanın sektör ihtiyacına göre belirlenerek açılması gibi somut önerileri sunulmuştur. Ayrıca özellikle bu programların açılmasında nadir dillerin gözetilmesi hedefi gözetildiği için öğrenci alımlarında Yönetmelikte belirlenen seviyede (75/C) dil şartının konulması önerilebilir. Örneğin bazı ülkelerin yapmış olduğu düzenlemeye göre öğrencilerin bazı temel yeterlilikleri taşıyor olmaları gerekmektedir. Örneğin, Avusturya'da turist rehberliği yeterlilik sınavı öngörülmektedir (Lovrentjev 2015). Alan dışı öğrencilerin ise lisansüstü eğitim entegrasyonu ile turizm disiplini kavramalarının sağlanması da bir öneri olarak ortaya çıkmıştır. Çokişler'in (2017) vurguladığı gibi rehberlik eğitimi, herhangi bir dış etkenden etkilenmeyecek şekilde evrensel eğitim esaslarına dayandırılmalıdır. Bu önerilerin yanı sıra yazarlar, mevcut yönetmelik üzerindeki maddenin revize edilmesini önermektedirler.

KAYNAKÇA

- Ar, H. (2015). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberinin Rolü (*Basılmamış Doktora Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Avcıkurt, C., Alper, B. ve Geyik, S. (2009). Education and Training of Tourist Guides in Turkey, *Management and Education Academic Journal*, 5 (1): 57-63.
- Black, R. ve Weiler, B. (2005). Quality Assurance and Regulatory Mechanisms in the Tour Guiding Industry: A Systematic Review, *Journal of Tourism Studies*, 16 (1): 24.
- Branislav, R. (2010). Tourist Guides in Contemporary Tourism. Saraybosna: *International Conference on Tourism and Environment*.
- Cetin, G. ve Yarcan, S. (2017). The Professional Relationship Between Tour Guides and Tour Operators, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17 (4): 345-357.
- Christie, M. F. ve Mason, P. A. (2003). Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides to Be Critically Reflective Practitioners, *Journal of Ecotourism*, 2 (1): 1-16.
- Coccosis, H. (2005). Operational Management of Cultural and Heritage Sites. İçinde; *International Cultural Tourism* (ss. 73-85). Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role, *Annals of Tourism Research*, 12 (1): 5-29.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. İçinde; M. Bütün ve S. B. Demir (Çev. Editörler). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Çokişler, N. (2017). Turizm Rehberliği Eğitiminde Çeyrek Asırdır Değişmeyen Parçalanmış Yapı Sorunu, 3. *Turizm Şürası Tebliğler Kitabı*, 2: 325-335.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimi Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2): 10-14.
- Eker, N. ve Zengin, B. (2016). Turist Rehberliği Eğitiminin Değerlendirilmesi: Profesyonel Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5 (4): 65-74.
- Güzel, F. Ö. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi: Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13 (4): 939-960.
- Güzel, F. Ö., Kalın, V., Nacak, E. ve Bilgi, E. (2019). Turist Rehberi Adaylarının 2019 Yılı Eğitim Uygulama Gezisine Yönelik Algıları: Nitel Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3: 575-595.
- Hu, W. (2007). Tour Guides and Sustainable Development: The Case of Hainan, China (*Basılmamış Doktora Tezi*). Waterloo: Waterloo Üniversitesi.
- Huang, S., Hsu, C. H. C. ve Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A Study of the Package Tours in Shanghai, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34 (1): 3-33.
- Jacobson, S. K. ve Robles, R. (1992). Ecotourism, Sustainable Development, and Conservation Education: Development of a Tour Guide Training Program in Tortuguero, Costa Rica, *Environmental Management*, 16 (6): 701-713.
- Kabii, F., Okello, M. M. ve Kipruto, N. (2017). Effects of Tour Guides Training on Their Performance in Kenya, *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5 (6): 233-250.
- Köroğlu, Ö. (2010). İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma (*Basılmamış Doktora Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Knudson, D. M., Cable, T. T. ve Beck, L. (1995). *Interpretation of Cultural and Natural Resources*. PA: Venture Publishing, Cato Ave, State College.
- Landis, J. R. ve Koch, G. G. (1977). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data, *Biometrics*, 33: 159-174.
- Lovrentjev, S. (2015). Education of Tourist Guides: Case of Croatia, *Procedia Economics and Finance*, 23: 555-562.
- Mak, A. H., Wong, K. F. ve Chang, C. Y. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of the Tour Guides in Hong Kong and Macau, *Tourism Management*, 32 (6): 1442-1452.
- Mason, P. ve Christie, M. (2003). Tour Guides as Critically Reflective Practitioners: A Proposed Training Model, *Tourism Recreation Research*, 28 (1): 23-33.
- Mayaka, M. ve Akama, J. S. (2007). Systems Approach to Tourism Training and Education: The Kenyan Case Study, *Tourism Management*, 28 (1): 298-306.
- McDonnell, I. S. (2001). *The Role of the Tour Guide in Transferring Cultural Understanding*. Sydney: School of Leisure and Tourism Studies, University of Technology.
- Polat, T. (2001). Seyahat İşletmelerinde Profesyonel Turist Rehberliği, Rehberlik Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Rabotić, B. (2010). Tourist Guides in Contemporary Tourism. *International Conference on Tourism and Environment, Philip Noel-Baker University* (ss. 353-364). 4-5 Mart 2010. Bosnia and Herzegovina: Sarajevo
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, E. D. (2019). Dünyada Turist Rehberliği Eğitimi, *Turist Rehberliği Dergisi*, 2 (1): 44-56.
- Tsaur, S. H. ve Lin, W. R. (2014). Hassles of Tour Leaders, *Tourism Management*, 45: 28-38.
- TÜREB (2020). Türkiye Rehberler Birliği, <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60>, (Erişim tarihi: 06.12.2020).
- Wong, J. Y. ve Lee, W. H. (2012). Leadership Through Service: An Exploratory Study of the Leadership Styles of Tour Leaders, *Tourism Management*, 33 (5): 1112-1121.
- Wong, J. Y. ve Wang, C.-H. (2009). Emotional Labor of the Tour Leaders: An Exploratory Study, *Tourism Management*, 30 (2): 249-259.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1): 33-44.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yenipınar, U. ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi, *Çağ University Journal of Social Sciences*, 10 (2): 111-136.

Turizm Rehberliği Lisansüstü Eğitiminde Alan Dışı Öğrenci Alımı Paradoksu



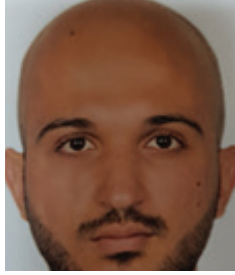
Caner ÜNAL

Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi (Açıköğretim) İşletme Bölümü (2010) ve Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü mezundur (2011). Çeşitli seyahat acentelerinde turist rehberi olarak görev aldı. Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan (2015), doktora derecesini Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2020). Antalya Bilim Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2017) ve halen doktor öğretim üyesi olarak görevine devam etmektedir. Temel çalışma alanları, turist rehberliği, turizm işletmeciliği, destinasyon yönetimi ve turizm pazarlamasıdır.



Özlem GÜZEL

Lisans derecesini Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turist Rehberliği bölümünde aldıktan sonra (2004), Balıkesir Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yüksek lisansını tamamladı (2007). Incoming hizmeti veren seyahat acentelerin da turist rehberliği ve tur operasyonunda görev alarak sektör deneyimi edindikten sonra Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak ders vermeye başladı (2007). Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı'nda deneyim pazarlaması üzerine verdiği doktora teziyle doktorasını tamamladı (2012). Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak göreve başladı (2014). Doçent unvanı aldı (2016). Temel çalışma alanları; turist rehberliği çalışmaları, turizm pazarlaması, sürdürülebilir turizm ve inanç turizmidir.



Muhammedali YAŞAR

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nden mezun oldu (2019). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda yüksek lisans yapmaktadır. Tez yazım aşamasındadır. Antalya TanTur&TUI şirketinde çalıştı (2020). Temel çalışma alanları; inanç turizmi, şarap turizmi, kültürel miras ve Yunan mitolojisidir.



Fatma Nur KELEŞ

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü'nden mezun oldu (2020). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği alanında tezli yüksek lisans yapmaktadır (2020-2021). Temel çalışma alanları; Hristiyanlık tarihi ve sanatı, antik toplum tarihi ve sanatı, Roma ve Yunan mitolojisi, kültürel mirastır.

Destinasyon Marka Değerinin Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Fethiye Örneği

The Effect of Destination Brand Equity on Word of Mouth Marketing: A Case of Fethiye

Özgür DAVRAS*, Ayşegül Simge DEMİRCİOĞLU**

* (Sorumlu Yazar) Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Turizm İşletmeciliği, Doğu Kampüsü, 32200, Isparta.

E- posta: ozgurdavras@sdu.edu.tr

ORCID: 0000 0001 9037 4193

**Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Turizm İşletmeciliği, Doğu Kampüsü, 32200, Isparta.

E- posta: simge48300@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8654-1259

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 16 Ocak 2021

Düzeltilme: 8 Temmuz 2021x

Düzeltilme: 4 Ağustos 2021

Kabul: 14 Ağustos 2021

Anahtar sözcükler: Tüketici temelli destinasyon marka değeri, Ağızdan ağıza pazarlama, Destinasyon imajı, Destinasyon sadakati, Algılanan Kalite, Destinasyon memnuniyeti.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 16 January 2021

Resubmitted: 8 July 2021

Resubmitted: 4 August 2021

Accepted: 14 August 2021

Key words: Consumer-based destination brand equity, Word of mouth marketing, Destination image, Destination loyalty, Perceived quality, Destination satisfaction.

GİRİŞ

Yoğun rekabetin yaşandığı küresel turizm pazarında rekabet üstünlüğü sağlayabilmenin temel stratejilerinden biri de destinasyon marka değeri yaratmadır (Boo vd. 2009). Uluslararası yazında “brand equity” olarak kullanılan “marka değeri” kavramı ulusal yazındaki bazı çalışmalar-

ÖZ

Destinasyon pazarlamasında marka değeri ve ağızdan ağıza pazarlama, turist davranışlarını etkileyen en önemli pazarlama araçları olarak görülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı turistler tarafından algılanan Tüketici Temelli Destinasyon Marka Değeri'nin (TTDMD) Ağızdan Ağıza Pazarlama'ya (AAP) etkilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda; TTDMD boyutları (destinasyon farkındalığı, destinasyon imajı, algılanan kalite, destinasyon memnuniyeti ve destinasyon sadakati) ile AAP boyutları (negatif ve pozitif AAP) arasındaki etkileşimleri kapsayan teorik model önerilmiştir. Model, Fethiye destinasyonuna tatil yapmak amacıyla gelen 201 adet yerli turist üzerinden elde edilen verilerin analizi ile test edilmiştir. Verilerin elde edilmesinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma modelinde yer alan ölçüm modellerinin geçerliliği ve güvenilirliği sağlandıktan sonra AMOS 22.0 paket programından yararlanılarak hipotezler analiz edilmiştir. Yol analiz sonuçları önerilen modeli doğrulamakla beraber algılanan destinasyon kalitesi ve destinasyon sadakatinin pozitif AAP üzerinde güçlü bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Diğer taraftan negatif AAP'nin algılanan destinasyon kalitesinden olumsuz yönde etkilendiği de tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Brand equity and word of mouth marketing are seen as the most important marketing tools that affect tourist behavior in the destination marketing. In this context, the aim of the study is to examine the effects of consumer based destination brand equity (CBDDE) perceived by tourists on word of mouth marketing (WOM). In accordance with this purpose, a theoretical model that covering the interactions between CBDDE dimensions (destination awareness, destination image, perceived quality, destination satisfaction, and destination loyalty) and WOM dimensions (negative and positive WOM) is proposed. The model was tested with the analysis of data obtained from 201 tourists who came to Fethiye destination for vacation. After ensuring the validity and reliability of the measurement models in the research model, the hypotheses were analyzed using the AMOS 22.0 package program. The path analysis results confirmed the proposed model and revealed that perceived destination quality and destination loyalty had a strong effect on positive WOM. On the other hand, it was determined that negative AAP was negatively affected by the perceived destination quality.

da (Özoğul ve Özel 2015; Koçoğlu 2018) marka denkliği olarak kullanıldığı görülmektedir. Ancak, kapsadığı farkındalık, imaj, algılanan kalite ve sadakat boyutlarıyla gerek ulusal gerekse uluslararası yazında (Boo vd. 2009; Im vd. 2012; Yazgan vd. 2014; Davras 2019) marka değeri (brand equity) olarak ele alındığından dolayı, bu çalışmada “marka değeri” olarak kullanılmış-

tır. Marka değeri yaratma turizm destinasyonları için farkındalık, imaj ve sadakat oluşturmalarının yanı sıra bir destinasyonun olumlu imajının oluşturulması ve turistlerle duygusal bağlar geliştirmek için güçlü bir farklılaşma ve pazarlama stratejisi olarak kabul edilmektedir (Im vd. 2012). Marka değeri yüksek olan destinasyonlar gelen ziyaretçi sayısının artması, yerli ve yabancı yeni yatırımların çekilmesi ve gelirin artması gibi ekonomik kazanımlarla birlikte ulusal ve uluslararası platformlarda güçlü bir imaj ve tanınırlık imkanına sahip olacaklardır. Dolayısıyla bir destinasyonun marka değerinin ölçülmesi ve etkilerinin bilinmesi önem arz etmektedir.

Günümüzde mal ve hizmetlere yönelik uygulanan markalaşma genel ilkelerinin turist destinasyonları için de geçerli olduğunu ortaya koyan araştırmalar mevcuttur (Konecnik 2006; Konecnik ve Gartner 2007; Pike vd. 2010). Destinasyon marka değeri oluşturmaya yönelik olan bu ilkeler, TTDMD olarak ifade edilerek modellenmiştir. Boo vd.nin (2009) oluşturduğu bu model destinasyon marka farkındalığı, destinasyon marka imajı, destinasyon algılanan kalite ve destinasyon sadakati olmak üzere dört ana bileşenden oluşmaktadır. Son yıllarda yapılan bazı araştırmalar (Nam vd. 2011; Martin vd. 2018; Davras 2019) turist memnuniyetinin turist sadakatının öncülü olmasından dolayı modele destinasyon memnuniyeti bileşenini de dahil etmişlerdir.

Turistlerin, destinasyon marka değeri bileşenleri içerisinde yer alan destinasyon memnuniyeti, destinasyon sadakati veya destinasyon hizmet kalite algılarına ilişkin yapmış oldukları çevrimiçi ve çevrimdışı paylaşımlar, turizm ürünleri veya işletmelerin başarısı için önem arz etmektedir. Çünkü turistik ürünle ilgili marka değeri algıları yüksek olan turistler, bu memnuniyetlerini başka turistlere aktararak, turizm işletmelerinin olumlu yönde reklamlarını yapmakta ve işletmelerin rekabet üstünlüğü sağmalarında avantaj sağlamaktadır (Jeong ve Jang 2011). Alanyazında Ağızdan Ağıza Pazarlama (AAP) olarak nitelendirilen bu strateji, işletmelerin tutundurma maliyetlerini düşürmelerinde ve pazar paylarını arttırmalarında önemli rol oynamaktadır.

Araştırmalar marka değeri oluşturma sürecinde ağızdan ağıza pazarlamanın önemini destek-

lemesine (Bambauer-Sachse S. ve Mangold 2011; Sijoria vd. 2019; Langga vd. 2020) rağmen, bu iki değişken arasındaki ilişkileri ele alan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışmalarda (Yang vd. 2015; Yıldız 2015; Sijoria vd. 2019) genellikle AAP'nin destinasyon marka değeri üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Turizm alanyazınında TTDMD'nin AAP üzerindeki etkilerini ele alan bir çalışmaya rastlanılmamış ve alanyazındaki bu boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışmada, TTDMD'nin AAP üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu kapsamda, destinasyon memnuniyeti değişkeninin de dahil edilmesiyle marka değeri boyutları arasındaki ilişkilerden yola çıkılarak pozitif ağızdan ağıza pazarlama (P_AAP) ve negatif ağızdan ağıza pazarlama (N_AAP) boyutlarını kapsayan bir model önerilmiştir. Önerilen modelin test edilmesinde, Fethiye destinasyonuna gelen yerli turistlerden elde edilen veriler kullanılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın sonuçları, Fethiye destinasyonunun geliştirilmesi ve pazarlanmasına yönelik doğru stratejilerin uygulanmasında yol gösterici olacaktır.

TÜKETİCİ TEMELLİ DESTİNASYON MARKA DEĞERİ

Günümüzde farkındalık oluşturma ve rekabet üstünlüğü sağlamada güçlü bir araç olarak kabul edilen marka (Boo vd. 2009), işletmelerin uzun dönemde varlıklarını devam ettirmelerinde önemli bir rol oynamakla beraber işletme ürünlerinin veya kendisinin finansal varlıklarının çok üstünde bir değerle anılmasını da sağlamaktadır (Yıldız 2015). Bu değer, mal ve hizmet alanında Keller (1993) ve Aaker (1996) tarafından marka değeri olarak kavramsallaştırılarak çok boyutlu bir model olarak önerilmiştir. Marka değerini tüketici bakış açısından ele alan bu modeller, araştırmacıların odak noktası olmuş ve birçok araştırmada (Yoo ve Donthu 2001; Wang ve Finn 2013; Yıldız 2015) Aaker'in (1996) dört boyutlu modeli tercih edilmiştir. Konecnik ve Gartner (2007) bu modelin destinasyon marka değeri oluşturmada da uygulanabileceğini ortaya koymuş ve TTDMD modeli olarak geçerliliği ve güvenilirliği farklı destinasyon ve örneklem gruplarıyla birçok araştırmada (Boo vd. 2009; Pike vd. 2010;

Im vd. 2012; Yang vd. 2015; Martin vd. 2018) doğrulanmıştır. Bu araştırmalarda TTDMD modeli destinasyon farkındalığı, destinasyon imajı, destinasyondan algılanan kalite ve destinasyon sadakati olarak dört boyutlu olarak ele alınmıştır.

TTDMD modelinin birinci boyutu olan farkındalık, sadakatin ilk adımını oluşturmaktadır (Konecnik 2006). Diğer taraftan farkındalık düzeyi ne kadar yüksek olursa markanın da baskın ve kalıcı olduğu kabul edilmekte ve tüketicilerin zihninde marka bilgisi oluşmaktadır. (Martin vd. 2018). Keller (1993), marka değerinin marka bilgisiyle başladığını ve marka bilgisinin de marka farkındalığı ve marka imajından oluştuğunu ileri sürmüştür. Marka farkındalığı markaya ait özelliklerin tüketicinin aklında kalması olarak ifade edildiğinden, artan destinasyon farkındalığının destinasyon imajını da olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Alanyazında bu görüşü destekleyen sonuçlar mevcuttur. Örneğin Kim ve Kim (2005) marka farkındalığı ile marka imajı arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğu, Martin vd. (2018) ise marka farkındalığının marka imajını olumlu yönde etkilediği sonuçlarına ulaşmışlardır. Destinasyon imajı da, destinasyonun nesnel gerçekliğini yansıtan veya yansıtmayan farklı özellikleri ile ilgili çeşitli bireysel algılardan oluşan destinasyona bağlı ilişkiler kümesini temsil ettiğinden dolayı (Aaker 1996), bazı araştırmalarda (Martin vd. 2018; Ünal ve Caber 2019) bilişsel ve duygusal imaj olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Tüm bu varsayımlara dayanarak araştırmanın ilk iki hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H₁: Destinasyon farkındalığı duygusal imajı pozitif yönde etkiler.

H₂: Destinasyon farkındalığı bilişsel imajı pozitif yönde etkiler.

İkinci olarak, turizm alanyazınında turist davranışlarına yönelik yapılan çalışmalar destinasyon kalite algısı ile destinasyon imajı arasında etkileşimler olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin Chen ve Tsai (2007) Tayvan'da; Davras (2019) Isparta'da yaptıkları çalışmalarında destinasyon imajının algılanan kalite üzerinde olumlu etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hankinson

(2005) ise destinasyon imajı ile algılanan kalite arasında güçlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Destinasyon imajı da bir turistin destinasyon özellikleri ve çekim yerlerine ilişkin hislerine (duygusal çağrışım) ve algılarına (bilişsel çağrışım) dayalı olduğu için geliştirilmiş imaj destinasyon kalitesini artıracaktır (Martin vd. 2018). Bu çıkarımlara bağlı olarak araştırmanın üçüncü ve dördüncü hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₃: Destinasyonun duygusal imajı algılanan kaliteyi olumlu yönde etkiler.

H₄: Destinasyonun bilişsel imajı algılanan kaliteyi olumlu yönde etkiler.

Tüketici temelli marka değeri modelinde algılanan kalite ile marka sadakati arasında doğrusal ilişkinin olduğu, yapılan çalışmalarda (Pike vd. 2010; Davras 2019) tespit edilmiştir. Bununla birlikte tüketici davranışları alanyazınına (Priporas vd. 2017) göre bir birey bir ürünü deneyimlediyse, gelecekteki davranışları da o ürün deneyiminden duyduğu memnuniyetten etkilenecektir. Bundan dolayı memnuniyetin öncüllerini ve destinasyon sadakati üzerindeki etkileri göz önünde bulundurularak bu çalışmada önerilen modelde destinasyon memnuniyet değişkeni ilave edilmiştir. Turist davranışları ile ilgili yapılan araştırmalar (Chen ve Tsai 2007; Priporas vd. 2017; Martin vd. 2018) genelde algılanan kalitenin memnuniyetin öncülü olduğunu ortaya koyduklarından dolayı, algılanan kalite ile turist memnuniyeti arasında pozitif bir ilişki olduğu varsayılmaktadır. Bu bulgulara dayanarak araştırmanın beşinci hipotezi oluşturulmuştur.

H₅: Destinasyondan algılanan kalite destinasyon memnuniyetini olumlu yönde etkiler.

Memnuniyet, bir bireyin turistik ürün deneyiminden sonra o turistik ürüne yönelik marka sadakatının oluşumunda önemli bir rol oynayan davranışsal bir değişken olarak kabul edilmektedir (Martin vd. 2018). Turizm alanyazınında memnuniyet ile marka sadakati arasındaki etkileşimler yoğun bir şekilde ele alınmış ve aralarındaki pozitif ilişki doğrulanmıştır (Chi ve Qu 2008; Nam vd. 2011). Bu bulgulara göre araştırmanın altıncı hipotezi oluşturulmuştur.

H₆: Destinasyon memnuniyeti destinasyon sadakatini olumlu yönde etkiler.

AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA

Satın alma sonrası davranışlardan biri olan ve mevcut, eski ve potansiyel müşteriler tarafından çevrimiçi veya çevrimdışı kanallar aracılığıyla, bir işletme veya işletmenin sunduğu bir ürün hakkında yaptıkları olumlu veya olumsuz yönlendirme olarak tanımlanan (Karjaluooto vd. 2016) AAP, ürün ve işletme tercihlerine yönelik hem olumlu hem de olumsuz değerlendirmeleriyle ilgili olarak diğer insanların satın alma davranışlarını etkilemektedir (Kim vd. 2009). AAP, memnuniyet veya memnuniyetsizliğin bir sonucu olarak ele alındığından dolayı (Williams ve Buttle 2014) pozitif AAP müşteri memnuniyetiyle, negatif AAP ise düşük hizmet kalitesinden kaynaklanan müşteri memnuniyetsizliği ile ilişkilendirilmektedir. Başka bir ifadeyle algılanan yüksek hizmet kalitesi ile pozitif AAP arasında olumlu yönlü; algılanan düşük hizmet kalitesi ile negatif AAP arasında olumsuz yönlü ilişki söz konusudur (Marangoz 2007). Issock vd. (2019) müşteri memnuniyetinin ve sadakatini pozitif AAP'yi olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Turizm alanında sadakat, genellikle destinasyonu tekrar ziyaret etme ve pozitif AAP niyeti olarak ele alınmaktadır (Martin vd. 2018). Destinasyon sadakati aynı zamanda, turistlerin bir destinasyonu tekrar tercih etmelerinde ve o

destinasyonu potansiyel turistlere olumlu yönde tavsiye etmelerinde önemli bir unsur olarak görülmektedir (Buluk 2019: 223). Diğer taraftan Jeong ve Jang (2011) yiyecek hizmet kalitesinin pozitif AAP üzerinde olumlu etkisinin olduğu; Wang vd. (2017) ise ağızdan ağıza pazarlamanın destinasyondan algılanan kaliteden doğrudan etkilendiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu bulgular doğrultusunda araştırmanın yedi, sekiz, dokuz ve onuncu hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₇: Destinasyondan algılanan kalite pozitif AAP'yi olumlu yönde etkiler.

H₈: Destinasyondan algılanan kalite negatif AAP'yi olumsuz yönde etkiler.

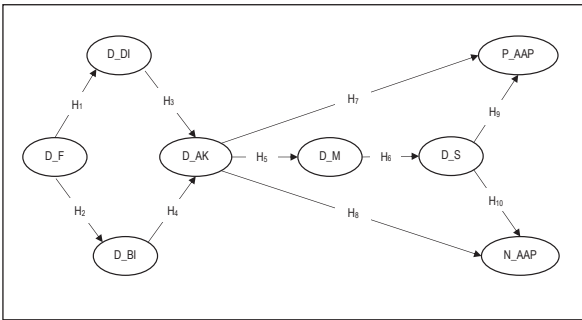
H₉: Destinasyon sadakati pozitif AAP'yi olumlu yönde etkiler.

H₁₀: Destinasyon sadakati negatif AAP'yi olumsuz yönde etkiler.

Araştırmanın amaçlarına yönelik oluşturulan hipotezler doğrultusunda, araştırmanın simgesel modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.

YÖNTEM

Teorik olarak önerilen modeli ve model doğrultusunda önerilen hipotezleri test etmek için nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların destinasyon marka değerini ölçmeye yönelik 18 ifade, ikinci bölümde katılımcıların AAP algılarını ölçmeye yönelik yedi ifade, üçüncü bölümde katılımcıların destinasyon memnuniyet algılarını ölçmeye yönelik üç ifade ve son bölümde kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik altı soru yer almaktadır. TTDMD ve destinasyon memnuniyeti ölçeğinde yer alan ifadelerin oluşturulmasında ise Jeuring ve Haartsen (2017) ile Papadimitriou ve diğerlerinin (2018) çalışmalarından yararlanılmıştır. Araştırmacılar tarafından İngilizce'den Türkçe'ye çevrilerek oluşturulan ifadeler 7'li Likert tipi ölçekle ölçülmüştür.



Şekil 1. Araştırmanın Simgesel Modeli

D_F: Destinasyon Farkındalığı; D_DI: Destinasyon Duygusal İmaj; D_BI: Destinasyon Bilişsel İmaj; D_AK: Destinasyondan Algılanan Kalite; D_M: Destinasyon Memnuniyeti; D_S: Destinasyon Sadakati; P_AAP: Pozitif Ağızdan Ağıza Pazarlama; N_AAP: Negatif Ağızdan Ağıza Pazarlama

Araştırmanın evrenini Fethiye destinasyonuna gelen ve en az bir gece konaklama yapan yerli turistler oluşturmaktadır. Evrenin tümüne ulaşılmasının mümkün olmaması sebebiyle örnekleme yöntemi uygulanmış ve tesadüfi olmayan yöntemlerden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Anket, Fethiye’de turistlerin yoğun ilgi gösterdiği turistik işletme olan iki kafeteryada (kafeterya sahiplerinin izni ile) 10 Temmuz – 10 Eylül 2020 tarihleri arasında çalışanlar tarafından yerli turistlere doldurtulmuştur. Her iki kafeteryaya toplam 500 anket formu bırakılmış ve 229 anketin geri dönüşü olmuştur. Eksik ve hatalı doldurulduğu tespit edilen 28 anket formu elenmiş, geri kalan 201 adet anket değerlendirilmeye alınmıştır. Tüm evrene ulaşmanın bütçe ve zaman kısıtlarından dolayı imkânsız olduğu durumlarda yüzde 95 güven aralığı ile 384 örnekleme ulaşmanın yapılacak ampirik analizler için yeterli olacağı kabul edilmektedir. Araştırmada bu sayıya ulaşamamasına rağmen, evrenin bir milyon üzerinde olduğu durumlarda yüzde 95 güven aralığı ve \pm yüzde 10 hata payı ile 96’ın üzerinde veri yeterli olmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2004:50; aktaran Ünal ve Caber 2019). Buna istinaden elde edilen 201 katılımcıdan elde edilen verinin, yapılacak analizler için yeterli olduğu öngörülmüştür.

BULGULAR

Araştırmaya katılanların cinsiyet oranları yarı yarıya dengeli bir dağılım göstermiştir (Erkek: yüzde 49,8; Kadın: yüzde 50,2). Katılımcıların yüzde 54,7’si bekar, yüzde 45,3’ü evli olup yaş ortalamaları 36,8’dir. Katılımcıların eğitim durumlarının yüzde 31,8’i lise ve altı, yüzde 58,2’si lisans ve yüzde 10’u lisansüstü mezunu olarak tespit edilmesi, eğitim seviyelerinin yüksek olduğunun göstergesidir. Katılımcıların kalış süreleri incelendiğinde; yüzde 33,8’inin 6’günden az, yüzde 44,8’inin 7-13 gün arası ve yüzde 21’4’ünün 14 gün ve üzeri Fethiye destinasyonunda konakladıkları görülmektedir. Katılımcıların yüzde 23,9’unun ilk kez, yüzde 29,4’ünün 2 kez, yüzde 37,7’sinin 3 kez ve üzeri Fethiye destinasyonuna geldiği tespit edilmiştir.

Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırma modelinde yer alan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için Doğrulayıcı Faktör Analizi’nden (DFA) yararlanılmıştır. Bu doğrultuda TTDMD ve AAP ölçeklerine ilişkin verilere Maximum-likelihood yöntemi ile birinci düzey DFA, destinasyon memnuniyeti ölçeğine ilişkin verilere tek faktörlü DFA uygulanmıştır. TTDMD ve AAP ölçekleri için yapılan birinci düzey DFA sonucunda elde edilen uyum indeksleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde olmadığından dolayı AMOS istatistik paket programının önerdiği modifikasyon yapılmıştır. Buna göre TTDMD ölçeğinde; algılanan kalite, bilişsel imaj ve destinasyon sadakati boyutlarına ait birer ifade olmak üzere toplam üç ifade (“Fethiye zengin bir yerel mutfığa sahiptir”, “Fethiye doğal güzelliklere sahip bir destinasyondur” ve “Ailemi/arkadaşlarımı Fethiye’ye gitmeye teşvik edeceğim”) çıkarılmış ve algılanan kalite boyutuna ait iki ifade arasında kovaryans oluşturulmuştur. AAP ölçeğinde ise pozitif AAP boyutuna ait bir ifade (Fethiye ile ilgili olumlu düşüncelerimi sosyal paylaşım sitelerinde paylaşacağım) modelden çıkarılmıştır. Tekrar gerçekleştirilen DFA sonucunda elde edilen uyum indeksleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Meydan ve Şeşen 2015:37) olduğundan dolayı araştırma modelinde yer alan TTDMD, AAP ve destinasyon memnuniyet ölçeklerinin yapı doğruluğu sağlanmıştır (Tablo 1).

Tüm ölçeklere ait ifadelerin faktör yükleri, ortalamaları ve güvenilirlik katsayıları Tablo 2’de verilmiştir.

Hair vd. (1998) bir ölçüm modelinde yer alan ifadelerin faktör yüklerinin 0,50’in; güvenilirlik katsayılarının da 0,70’in üzerinde olması gerektiğini önermiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi tüm ifadeler için faktör yüklerinin 0,575 ile 0,944 arasında ve her bir faktör boyutu için elde edilen güvenilirlik katsayılarının ise 0,714 ile 0,881 arasında yer almasından dolayı tüm ölçeklerin güvenilirliği de sağlanmıştır. Diğer taraftan boyutların ortalama değerlerine göre katılımcıların Fethiye destinasyonuna ilişkin memnuniyetlerinin ve marka değeri algılarının yüksek olduğu söylenebilir. Negatif AAP değişkenine ait ortalama

Tablo 1. Ölçeklerin Uyum Değerleri

	χ^2	df	χ^2/df	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
TTDMD	132,266*	79	1,674	,919	,876	,893	,948	,060
AAP	7,805**	8	,976	,986	,964	,980	1,000	,000
Destinasyon Mem.	3,446	2	1,723	,991	,953	,988	,995	,062
İyi Uyum Değerleri***	Anlamlı		≤ 3	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,95$	$\geq 0,97$	$\leq 0,05$
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri***	olmaması		$\leq 4-5$	0,89-0,85	0,89-0,85	0,94-0,90	$\geq 0,95$	0,06-0,08

* $p < 0,01$; ** $p > 0,05$

***Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2015:37

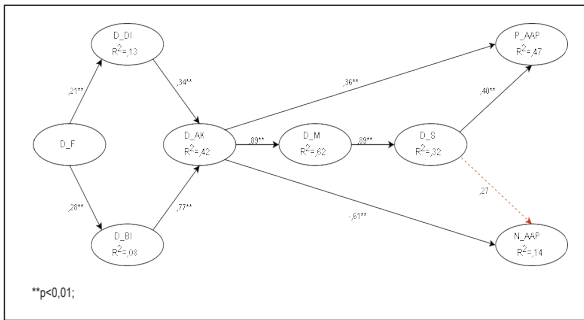
Tablo 2. Ölçeklere Ait Faktör Yükleri ve Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	İfadeler	Faktör Yüğü	Ortalama	Güvenilirlik Katsayısı	
Tüketici Temelli Destinasyon Marka Değeri	Destinasyon	Fethiye'de sunulan turistik ürünler mükemmeldir	,683	6,49	,789
	Algılanan Kalite	Fethiye çekici turizm unsurlarına sahiptir	,763		
		Fethiye yüksek kalitede konaklama olanaklarına sahiptir	,692		
		Fethiye'de sunulan hizmet kalitesi yüksektir.	,588		
	Destinasyon Sadakati	Biri bana sorsa Fethiye'yi tavsiye ederim	,899	6,76	,881
		Fethiye destinasyonuna tekrar gelmeyi düşünürüm	,875		
	Destinasyon Farkındalığı	Fethiye bilinen bir turizm destinasyonudur	,861	6,65	,831
		Fethiye ünlü bir turizm destinasyonudur	,792		
		Fethiye tanınan bir turizm destinasyonudur	,720		
	Destinasyon Bilişsel İmajı	Fethiye iyi bir turistik altyapıya sahiptir	,652	6,54	,756
		Fethiye kültürel mirasa sahip bir yerdir	,744		
		Fethiye'de rekreasyon aktiviteleri yapılmaktadır.	,633		
Destinasyon Duygusal İmaj	Fethiye keyifli bir turizm destinasyonudur	,669	6,71	,714	
	Fethiye muhteşem bir turizm destinasyonudur	,757			
	Fethiye eğlenceli bir turizm destinasyonudur	,741			
Ağızdan Ağıza Pazarlama	Pozitif AAP	Fethiye destinasyonunu başkalarına tavsiye edeceğim	,691	6,57	,760
		Çevreme Fethiye hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim.	,944		
		Çevremdeki kişilere Fethiye'ye gitmeye teşvik edeceğim	,575		
	Negatif AAP	Fethiye ile ilgili olumsuz yorumlar yapacağım.	,768		
		Fethiye'nin olumsuz yönlerini başkalarına anlatacağım	,856		
	Olumsuz düşüncelerimi sosyal paylaşım sitelerinde paylaşacağım	,768	1,66	,807	
Destinasyon Memnuniyeti	Fethiye'ye gelmem doğru bir tercihti	,643	6,70	,816	
	Fethiye destinasyonundan genel olarak memnunum	,864			
	Fethiye'de yaptığım tatilden büyük keyif aldım	,833			

ma değerinin (1,67) oldukça düşük çıkması da bu kanıyı desteklemektedir.

Araştırma Modelinin Testi

DM değişkenin dahil edildiği TTDMD ile AAP boyutları arasındaki etkileşimleri ortaya koymak amacıyla önerilen modelin testi için DFA'da doğrulanan ölçüm modelleri arasında yol şeması oluşturulmuş ve gerçekleştirilen yol analizi sonucunda, genel ölçüm modelinde RMSEA (,073) ve χ^2/df (1,997) değerlerine göre kabul edilebilir olmasına rağmen, diğer iki uyum indeksi (GFI=,823; CFI=,874) değerlerine göre iyi uyum sağlanamamış olup modelin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmuştur. AMOS istatistik paket programı modifikasyon indeks sonuçlarının önerisi doğrultusunda faktör yükü 0,5'in altında olan



Şekil 2. Araştırmanın Değişkenleri Arasındaki Yapısal Modelin Sonuçları

algılanan kalite ve negatif AAP boyutlarından birer olmak üzere toplam iki ifade ("Fethiye'de sunulan turistik ürünler mükemmeldir" ve "Fethiye ile ilgili olumsuz yorumlar yapacağım"); modelden çıkarılmış ve destinasyondan algılanan kalite boyutuna ait iki madde arasında korelasyon oluşturulmuştur. Tekrar gerçekleştirilen yol analiz sonucunda elde edilen dört indekse ($\chi^2/df=1,60$; GFI=,878; CFI=,945; RMSEA=,057) göre modelin uyum değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almıştır.

Şekil 2'de değişkenler arasındaki yapısal modelin sonuçları, Tablo 3'te yapısal modelin sonuçlarına yönelik standardize edilmiş beta katsayıları, t değerleri, standart sapma ve R² değerleri gösterilmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde, standardize edilmiş beta katsayısı anlamsız bulunan H₁₀ hipotezi reddedilmiş, standardize edilmiş beta katsayısı anlamlı bulunan diğer tüm hipotezler kabul edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Turistlerin satın alma davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri olan AAP'nin öncüllerinin ve bu öncüllerin etki derecelerinin bilinmesi, destinasyonun sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Destinasyondan algılanan kalite ve destinasyon sadakati gibi boyutlara sahip olan TTDMD ile destinasyon memnuniyeti AAP'yi etkileme potansiyeline sahip ön-

Tablo 3. Araştırmanın Hipotez Test Sonuçları

Hipotezler	β	S.E.	t	p	R ²	Sonuç
H ₁ Destinasyon farkındalığı → Duygusal imaj	,280	,089	3,14	***	,125	Kabul
H ₂ Destinasyon farkındalığı → Bilişsel imaj	,214	,060	3,58	,002	,084	Kabul
H ₃ Duygusal imaj → Algılanan kalite	,344	,077	4,48	***	,424	Kabul
H ₄ Bilişsel imaj → Algılanan kalite	,767	,161	4,76	***		Kabul
H ₅ Algılanan kalite → Destinasyon memnuniyeti	,891	,170	5,29	***	,621	Kabul
H ₆ Destinasyon memnuniyeti → Destinasyon sadakati	,885	,111	7,95	***	,321	Kabul
H ₇ Algılanan kalite → Pozitif AAP	,361	,089	4,04	***	,470	Kabul
H ₉ Destinasyon sadakati → Pozitif AAP	,397	,091	4,34	***		Kabul
H ₈ Algılanan kalite → Negatif AAP	-.607	,216	-2,81	,005	,136	Kabul
H ₁₀ Destinasyon sadakati → Negatif AAP	,270	,220	1,29	,219		Red

cüller olarak görülmektedir (Issock vd. 2019). Bu öncüllerin AAP üzerindeki etkilerini araştırmak ve bu doğrultuda destinasyonun geliştirilmesi ve pazarlanmasına yönelik doğru stratejiler geliştirmek günümüzde daha da önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda, araştırmada destinasyon marka değeri ve destinasyon memnuniyetinin AAP'ye etkisi Fethiye destinasyonuna gelen ziyaretçiler özelinde incelenmiş ve destinasyon memnuniyetinin de dahil edildiği TTDMD bileşenleri ve AAP boyutları arasındaki etkileşimlere dayanarak model önerilmiştir. Çalışma, TTDMD ile AAP arasındaki ilişkileri ele alan az sayıdaki çalışmalardan biri olmasının yanı sıra, turizm alanında TTDMD'nin AAP üzerindeki etkilerini anlamada yapılan ilk çalışma olarak alanyazına katkı sağlamaktadır.

Teorik Çıkarımlar

Çalışma sonuçlarının ilgili alanyazına bazı katkıları söz konusudur. İlk olarak, diğer hizmet alanlarında da uygulanabilecek turistlerin destinasyon marka değeri algıları ile pozitif ve negatif AAP davranışlarına ilişkin bütünsel bir model önerilmiş ve doğrulanmıştır. Önerilen modelde destinasyondan algılanan kalite ve destinasyon sadakati, pozitif AAP'yi olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonuç, Wang vd.'nin (2017) Vietnam bölgesinin merkezinde yer alan Danang destinasyonunda sunulan hizmet kalitesinin ağızdan ağıza pazarlamayı olumlu yönde etkilediği sonucu ile hazır giyim sektörüne odaklanarak ağızdan ağıza pazarlamanın marka sadakati ve algılanan kaliteden etkilendiği sonucuna ulaşan Yazgan vd.'nin (2014) çalışma sonuçları ile örtüşmektedir. Araştırma modelinde yer alan yol analizlerinin standardize edilmiş beta katsayılarına göre pozitif AAP en fazla destinasyon sadakatinden etkilenmektedir. Diğer taraftan tahmin edildiği gibi negatif AAP davranışı ise destinasyondan algılanan kaliteden olumsuz yönde etkilenmektedir. Başka bir ifadeyle turistlerin destinasyon kalite algıları düşükse, turistler negatif AAP davranışında bulunacakları beklenmektedir. Bu bulgu, Williams ve Buttle (2014) ile Özasan ve Uygur'un (2014); sunulan hizmetlerden memnun kalmayan tüketicilerin negatif AAP'ye

meyilli oldukları sonucunu desteklemektedir. Diğer taraftan destinasyon sadakatinin pozitif AAP üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilse de negatif AAP üzerindeki etkisi anlamsız bulunmuştur. Bu sonuca göre, katılımcıların destinasyon sadakat algılarının oldukça yüksek (Ort:6,76) ve negatif AAP algılarının oldukça düşük (Ort:1,66) olmasından dolayı destinasyonla ilgili olumsuz bir deneyim paylaşmayı düşünmedikleri söylenebilir. İkincisi, alanyazındaki araştırmalardan (Karjaluooto vd. 2016; Wang vd. 2017; Papadimitriou vd. 2018) farklı olarak bu çalışma AAP'nin iki alt boyutunu (negatif ve pozitif AAP) modele dahil etmektedir. Böylelikle destinasyondan algılanan kalite ve destinasyon sadakatinin AAP üzerindeki etkileri hakkında daha açıklayıcı bilgiler sunulmasına imkân tanımakla birlikte AAP'nin de daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi mümkün olmaktadır.

Üçüncü olarak, son yıllarda yapılan araştırmalara (Boo vd. 2009; Pike vd. 2010; Martin vd. 2018; Davras 2019) paralel olarak destinasyon marka değeri boyutları arasında etkileşim zincirinin olduğu bu çalışmada teyit edilmiştir. Bu etkileşim zinciri, alanyazında yer alan birkaç araştırmanın (Boo vd. 2009; Pike vd. 2010) aksine destinasyon farkındalığı, destinasyon imajı, algılanan kalite, destinasyon memnuniyeti ve destinasyon sadakati arasındaki nedensel ilişkilerin ardışık olduğunu göstermektedir. Buna göre destinasyon farkındalığı, hem duygusal hem de bilişsel imaj üzerinde doğrudan etkiye sahiptir ve imaj da destinasyondan algılanan kalitenin temel belirleyicisi konumundadır. Algılanan destinasyon kalitesi ise destinasyon memnuniyetini, destinasyon memnuniyeti de destinasyon sadakatini güçlü bir şekilde etkilemektedir. Martin vd. (2018) İspanya'nın Cantabria, Davras (2019) Isparta destinasyonuna gelen turistler üzerinde yaptıkları çalışmalarında destinasyon hizmet kalitesinin genel memnuniyeti, genel memnuniyetin de destinasyon sadakatini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar Martin vd. (2018) ve Davras'ın (2019) Isparta destinasyonuna gelen turistler üzerinde yaptıkları çalışmaların sonuçları ile uyumludur. Sonuç olarak, turistler tarafından algılanan daha yüksek destinasyon marka farkındalığı yerini

imaja bırakacak, bu durum destinasyonun daha yüksek kalitede algılanmasına neden olabilecektir.

Dördüncü olarak, tüketici temelli marka değeri modelinde en önemli boyut olan imaj (Konecnik ve Gartner 2007), araştırma modelinde Martin vd.'nin (2018) çalışmasında olduğu gibi duygusal (destinasyona yönelik hisler) ve bilişsel imaj (destinasyon özelliklerine ilişkin bilgiler) olmak üzere iki alt bileşen olarak yer almıştır. Her iki bileşen de algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonuç, destinasyon imajının daha ayrıntılı incelenmesine ve destinasyon marka değeri oluşumunda imajın etkisi hakkında daha açıklayıcı ve net bilgi elde edilmesine katkı sağlamaktadır.

Yönetimsel Çıkarımlar

Destinasyon pazarlamasında önemli bir araç olan AAP faaliyetlerinin güçlendirilmesi için öncelikle destinasyon hizmet kalitesi ile destinasyon sadakatine önem verilmesi gerekmektedir. Çalışma bulgularına göre destinasyon marka değerinin son adımı olan destinasyon marka sadakatinin oluşmasında boyutlar arasında ardışık bir etkileşim vardır. Marka farkındalığının "pazara girme bileti" olarak görülmesi (Martin vd. 2018) ve marka değeri yaratılmasında ilk aşama olduğu göz önüne alındığında destinasyon yöneticileri öncelikle destinasyon farkındalığına odaklanmalıdırlar. Destinasyon turizm pazarında çok fazla bilinmiyorsa, destinasyon yöneticileri geleneksel kampanyalar düzenleyerek ve sosyal iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanarak destinasyonla ilişkili görsel imajlar konusunda farkındalık oluşturmalarıdır. Çalışma bulgularına göre destinasyon farkındalığı yüksek olan turistlerin, destinasyondan algıladıkları kalite de duygusal ve bilişsel imaja bağlı olarak kısmen oluşacaktır.

Destinasyon iletişim faaliyetleri aynı zamanda destinasyon imajının oluşturulmasında da planlanmalıdır. Her iki imajın da (duygusal ve bilişsel) destinasyondan algılanan kalite üzerinde etkisi bulunmaktadır. Beta katsayılarına göre bilişsel imajın algılanan kalite üzerindeki etkisi duygusal imaja göre daha yüksektir. Bundan dolayı destinasyon yöneticilerinin, konumlandırma stratejileri kapsamında bilişsel imajı güçlendir-

meye odaklanarak ve destinasyonun turistik alt yapısını iyileştirerek farklı rekreasyon aktiviteleri geliştirmeleri, turistlerin hizmet kalitesi algılamasını olumlu yönde etkileyecektir.

Destinasyondan hizmet kalitesi hem destinasyon memnuniyeti hem de AAP'nin temel belirleyicisi konumundadır (Martin vd. 2018). Dolayısıyla destinasyon yöneticilerinin daha yüksek hizmet kalite standardı yakalamaları ve bunu uzun vadede sürdürmeleri, destinasyonun daha fazla pazar payı elde etmesine olanak sağlayabilir. Bunun için destinasyonda sunulan hizmet kalitesinin istenilen düzeyde olup olmadığı kontrol edilmeli ve belli periyotlarda memnuniyet anketleri yapılmalıdır. Hizmet kalitesinin düşük olması durumunda, aksayan yönler belirlenerek gerekli düzeltici önlemler alınmalı ve kaybedilen turistleri tekrar kazanmak için stratejiler geliştirilmelidir. Ayrıca destinasyon paydaşları, turistlerin şikayetlerini anlamak ve çözmek için müşteri şikâyet hattı ve web sayfalarında turistlerle iletişim imkanı sağlayabilecek canlı sohbet odaları oluşturmalarıdır. Çünkü çalışma sonuçları, destinasyon hizmet kalitesi ve destinasyon sadakatinin pozitif AAP'nin belirleyicileri olduğunu ortaya koyduğundan dolayı, düşük hizmet kalite algısına sahip olan turistler destinasyonu tavsiye etmeme ihtimali artacaktır. Aksine hizmet kalite algısı ve destinasyon sadakati yüksek olan turistler, destinasyonu çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda başkalarına hem önerecekler hem de olumlu yönde reklamını yapacaklardır. Bundan dolayı destinasyon yöneticilerinin, memnun ve sadık turistleri özellikle TripAdvisor, Holiday Check gibi seyahat paylaşım siteleri veya Instagram, YouTube, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinde destinasyonla ilgili olumlu yorum yapmaya teşvik etmeleri, pazar payının artırılması açısından önemli rol oynayacaktır.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Her çalışmada olduğu gibi bu araştırma da bazı sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak, araştırmanın sadece Fethiye'ye gelen yerli turistlere odaklanması, sonuçların genelleştirilmesini sınırlamaktadır. Bundan dolayı araştırmada önerilen modelin farklı milliyetler veya farklı destinasyonlarda test

edilmesi farklı sonuçlar ortaya koyabilir. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde kullanılan tesadüfi olmayan örnekleme yöntemi araştırmanın diğer bir sınırını oluşturmaktadır. Gelecek araştırmalarda tesadüfi örnekleme yöntemlerinin kullanılması, araştırma sonuçlarının genelleştirilmesine olanak sağlayacaktır. Diğer taraftan araştırmada Fethiye destinasyonunun yerli turistler tarafından algılanan marka değeri ve ağızdan ağıza pazarlama niyeti ölçülmüştür. Gelecekte yapılacak çalışmalarda destinasyon marka değerinin turist motivasyonu, seyahat riski gibi değişkenlerle etkileşimleri de araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D.A. (1996). Mesuring Brand Equity Across Products and Markets, *California Management Review*, 38 (3): 102-121.
- Bambauer-Sachse, S. ve Mangold, S. (2011). Brand Equity Dilution Through Negative Online Word-of-Mouth Communication, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18 (1): 38-45.
- Boo, S., Busser, J. ve Baloğlu, S. (2009). A Model of Customer-Based Brand Equity and Its Application to Multiple Destinations, *Tourism Management*, 30: 219-231.
- Buluk, B. (2019). Destinasyonlarda Tüketici Davranışları. (Editör: Belma SUNA) *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması* (ss. 207-227). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Chen, C.F. ve Tsai, A. C. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?, *Tourism Management*, 28 (4): 1115-1122.
- Chi, C.G. ve Qu, H. (2008). Examining The Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach, *Tourism Management*, 29 (4): 624-636.
- Davras, Ö. (2019). Tüketici Temelli Destinasyon Marka Değeri Modellemesi: Isparta Destinasyonu Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (3): 515-532.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (Beşinci baskı). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hankinson, G. (2005). Destination Brand Images: A Business Tourism Perspective, *Journal of Services Marketing*, 19 (1): 24-32.
- Im, H. H., Kim, S.S., Elliot, S. ve Han, H. (2012). Conceptualizing Destination Brand Equity Dimensions From A Consumer-Based Brand Equity Perspective, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29: 385-403.
- Issock, P. B. I., Mpiganjira, M. ve Roberts-Lombard, M. (2019). Modelling Green Customer Loyalty and Positive Word of Mouth, *International Journal of Emerging Markets*, 15 (3): 405-426.
- Jeong, E. ve Jang, S. (2011). Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word-of-Mouth Motivations, *International Journal of Hospitality Management*, 30: 356-366.
- Jeuring, J. H. G. ve Haartsen, T. (2017). Destination Branding By Residents: The Role Of Perceived Responsibility in Positive and Negative Word-Of-Mouth, *Tourism Planning & Development*, 14 (2): 240-259.
- Karjaluoto, H., Munnukka, J. ve Kiuru, K. (2016). Brand Love and Positive Word Of Mouth: The Moderating Effects of Experience And Price, *Journal of Product & Brand Management*, 25 (6): 527-537.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, 57 (1): 1-22.
- Kim, H. ve Kim, W.G. (2005). The Relation Between Brand Equity and Firms' Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants, *Tourism Management*, 26: 549-560.
- Kim, W. G., Ng, C. Y. N. ve Kim, Y. S. (2009). Influence of Institutional DINESERV on Customer Satisfaction, Return Intention, and Word-of-Mouth, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (1): 10-17.
- Koçoğlu, C. M. (2018). Yerli Turistlerin Kurumsal İtibar Algılarının Marka Denkliğine Etkisi: Türk Hava Yolları Örneği, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (2): 109-127.
- Konecnik, M. (2006). Croatian-Based Brand Equity For Slovenia As A Tourism Destination, *Economic and Business Review*, 8 (1): 83-108.
- Konecnik, M. ve Gartner, W.C. (2007). Customer-Based Brand Equity for a Destination, *Annals of Tourism Research*, 34 (2): 400-421.
- Langga, A., Kusumawati, A. ve Alhabsji, T. (2020). Intensive Distribution And Sales Promotion For Improving Customer-Based Brand Equity (CBBE), Re-Purchase Intention and Word-of-Mouth (WOM), *Journal of Economic and Administrative Sciences*. Doi: 10.1108/JEAS-03-2019-0041.
- Marangoz, M. (2007). Ağızdan Ağıza İletişimin Müşterilerin Satınalma Davranışlarına Etkileri: Cep Telefonu Pazarına Yönelik Bir Araştırma, *Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2): 395-412.
- Martin, H.S., Herrero, A. ve Salmones, M.M.G. (2018). An Interactive Model of Destination Brand Equity and Tourist Satisfaction, *Current Issues in Tourism*, 22 (16): 1-22.
- Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. (İkinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nam, J., Ekinci, Y., ve Whyatt, G. (2011). Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 38 (3): 1009-1030.
- Özaslan, Y. ve Uygur, M.S. (2014). Negatif Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (E-WOM): Yiyecek-İçecek İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28 (3): 69-89.
- Özoğul, T. ve Özel, Ç. H. (2015). Destinasyonlara Yönelik Tüketici Temelli Marka Denkliği Algılarının Ölçümü: Eskişehir Örneği, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7 (3): 169-183.
- Papadimitriou, D., Kaplanidou, K. ve Apostolopoulou, A. (2018). Destination Image Components and Word of Mouth Intentions in Urban Tourism: A Multigroup Approach, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42 (4): 503-527.

- Pike, S., Bianchi, C., Kerr, G. ve Patti, C. (2010). Consumer-Based Brand Equity For Australia as a Long-Haul Tourism Destination in an Emerging Market, *International Marketing Review*, 27 (4): 434-449.
- Priporas, C. V., Stylos, N., Vedanthachari, L. N. ve Santiwatanana, P. (2017). Service Quality, Satisfaction, And Customer Loyalty in Airbnb Accommodation in Thailand, *International Journal of Tourism Research*, 19 (6): 693-704.
- Sijoria, C., Mukherjee, S. ve Datta, B. (2019). Impact of the Antecedents of Electronic Word of Mouth on Consumer Based Brand Equity: A Study on The Hotel Industry, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28 (1): 1-27.
- Ünal, C. ve Caber, M. (2019). Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Destinasyon İmajına ve Memnuniyetine Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (1): 82-92.
- Yang, Y., Liu, X. ve Li, J. (2015). How Customer Experience Affects the Customer-Based Brand Equity for Tourism Destinations, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32 (1): 97-113.
- Yazgan, H., Çatı, K. ve Kethüda, Ö. (2014). Tüketici Temelli Marka Değerinin Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15 (1): 237-252.
- Yıldız, E. (2015). Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Temelli Marka Değeri Boyutlarına Etkileri: Marka İmajının Aracılık Rolü, *Business and Economics Research Journal*, 6 (3): 163-181.
- Yoo, B. ve Donthu, N. (2001). Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale, *Journal Of Business Research*, 52 (1): 1-14.
- Wang, L. ve Finn, A. (2013). Heterogeneous Sources Of Customer-Based Brand Equity Within A Product Category, *Marketing Intelligence & Planning*, 31 (6): 674-696.
- Wang, T. L., Tran, P. T. K. ve Tran, V. T. (2017). Destination Perceived Quality, Tourist Satisfaction and Word-of-Mouth, *Tourism Review*, 72 (4): 392-410.
- Williams, M. ve Buttle, F. (2014). Managing Negative Word-of-Mouth: An Exploratory Study, *Journal of Marketing Management*, 30 (13-14): 1423-1447.



Özgür DAVRAS

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1999). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan (2013), doktora derecesini de yine Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan aldı (2017). Süleyman Demirel Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2009). Öncesinde turizm sektöründe faaliyet gösteren çeşitli otel işletmelerinde Önbüro departmanında yönetici olarak çalıştı. Doçentlik unvanını Turizm alanından aldı (2020). Halen Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm işletmeciliği, destinasyon pazarlaması ve turist davranışlarıdır.



Ayşegül Simge DEMİRCİOĞLU

Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesinden mezun oldu (2018). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği bölümünde tezli yüksek lisans yapmaktadır. Tez yazım aşamasındadır. Temel ilgi alanları, turizm pazarlaması, turizm ekonomisi, sağlık turizmidir.

Covid-19 Pandemisi Sürecinde Seyahatten Kaçınma Niyetinin Karmaşıklık Bakış Açısı ile Analizi

Analysis of Travel Avoidance Intention from a Complexity Perspective During the Covid-19 Pandemic Process

Beysan ÇİZEL*, **İsmail Gökay KIRTIL****, **Rabia ÇİZEL*****, **Volkan AŞKUN******

* Prof. Dr., Turizm Fakültesi, Akdeniz Üniversitesi, Dumlupınar Bulvarı, 07070 Antalya / Türkiye.

E- posta: beykan@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0474-9222

** (Sorumlu Yazar) Öğretim Görevlisi, Demre Dr. Hasan Ünal Meslek Yüksekokulu, Akdeniz Üniversitesi, 07570 Demre, Antalya, Türkiye.

E- posta: gokay@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3520-9600

*** Prof. Dr., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Akdeniz Üniversitesi, Dumlupınar Bulvarı, 07070 Antalya, Türkiye.

E- posta: rabiaczizel@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6381-2503

**** Öğretim Görevlisi, Demre Dr. Hasan Ünal Meslek Yüksekokulu, Akdeniz Üniversitesi, 07570 Demre, Antalya, Türkiye.

E- posta: volkanaskun@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2746-502X

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 15 Mart 2021

Düzeltilme: 8 Temmuz 2021

Düzeltilme: 20 Ağustos 2021

Kabul: 24 Ağustos 2021

Anahtar sözcükler: *Kriz, Turist davranışı, Karmaşıklık Teorisi, fsQCA, Covid-19, Seyahatten kaçınma niyeti.*

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 15 March 2021

Resubmitted: 8 July 2021

Resubmitted: 20 August 2021

Accepted: 24 August 2021

Key words: *Crisis, Tourist behavior, Complexity Theory, fsQCA, Covid-19, Travel avoidance intention.*

ÖZ

Kriz ve afet dönemleri gibi sistemlerin olağan dinamiklerinden uzaklaştığı ve kaotik örüntüler sergilediği süreçlerde turistlerin seyahat niyetlerinde farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Covid-19 gibi yüksek risk ve belirsizlik içeren bir dönemde yerli turistlerin seyahatten kaçınma niyetini karmaşıklık teorisi bakış açısıyla bir model içinde incelemektir. Araştırmanın çalışma grubunda çevrimiçi anket vasıtasıyla ulaşılan 349 yerli turist yer almıştır. Veri toplama için kullanılan soru formunda demografik sorular hariç, toplam beş değişken yer almış ve her bir değişken üç soruyla ölçülmüştür. Bulanık küme nitel karşılaştırmalı analiz (fsQCA) yoluyla araştırma değişkenleri arasındaki asimetrik ilişkiler yedi konfigürasyon altında incelenmiştir. Bu konfigürasyonların farklı yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni hal durumlarında ve farklı koşul değişkenleri bağlamında sonuç değişkeni üzerinde ne tür etkileri olduğu tartışılmıştır. Buna göre, pandemi sürecindeki hijyen ve ekonomik kaygıların turistlerin seyahatten kaçınma niyetini etkilediği saptanmıştır.

ABSTRACT

In processes such as crisis and disaster periods, when systems move away from their usual dynamics and display chaotic patterns, differences in tourists' travel intentions may occur. The aim of this study is to examine the intention of domestic tourists to avoid travel in a time of high risk and uncertainty such as Covid-19 in a model with complexity theory. The study group of the research included 349 domestic tourists reached through an online survey. Accordingly, a total of five variables were included in the measurement model, excluding demographic questions, and each variable was measured with three questions. Asymmetric relationships between research variables were examined under seven configurations through fuzzy set qualitative comparative analysis (fsQCA). It is discussed what kind of effects these configurations have on the outcome variable in the context of different age, gender, education level, marital status and different condition variables. Accordingly, it has been determined that hygiene and economic concerns during the pandemic process affect the intention of tourists to avoid travel.

GİRİŞ

Turizm, soyut ve deneyimsel doğası gereği, öngörülemez olasılıklar, riskler ve belirsizliklerle örülü bir sektördür. Kriz dönemlerinde turist

davranışının altında yatan sebepler bu belirsizlikler ve risklere dair algılardır. Karar vermeye ilişkin geleneksel modellerin bu dönemlerdeki turist davranışını açıklamada yetersiz kalması yüzünden (Sönmez ve Graefe 1998), kriz duru-

muna özel davranış çalışmaları yapılmaktadır (Cahyanto vd. 2016; Papatheodorou ve Pappas 2017; Das ve Tiwari 2020; Pappas ve Glyptou 2021). Pandemi gibi kriz oluşturan durumların turist davranışına olası etkileri kapsamlı ve derinlemesine incelendikçe tutumların ardında yatan sebepler ortaya çıkarılabilecektir. Nitekim Kock vd. (2020) Covid-19 döneminde yapılan turizm araştırmalarının, genellikle, rakamlar üzerinde yoğunlaşan betimsel araştırmalar olduklarına dikkat çekmiş ve pandemi sürecinde turist davranışının derinlemesine ve teori temelli araştırılmasını önermiştir.

Covid-19 pandemisi, ortaya çıkışı ve etkileri açısından doğrusal olmayan eğilimler sergileyen, yüksek belirsizlik içeren, dolayısıyla, öngörüle-meyen bir süreçtir. Karmaşıklık teorisi bu tarz süreçleri incelemede doğrusal yöntemlere nazaran daha faydalı bir araç olarak önerilmektedir (Russell ve Faulkner 1999; Faulkner 2001; Manson 2001; Ritchie ve Jiang 2019). Turizmdeki krizlere karmaşıklık teorisi perspektifiyle yaklaşmak krizin sürekli değişim halinde olan evrelerinin daha doğru anlaşılmasını ve yeni formlara evrilen turizm sistemlerinin tekrar yapılandırılmasını mümkün kılacaktır (Reddy vd. 2020).

Bu araştırmada karmaşıklık teorisi bakış açısıyla turist davranışı analiz edilmiştir. Araştırma sürecinde öncelikli olarak Covid-19 dönemindeki turist davranışlarını incelemek amacıyla, kriz durumları ve salgın hastalıklarla ilgili çalışmalar incelenmiş (Reisinger ve Mavondo 2005; Cahyanto vd. 2016; Huang vd. 2020; Neuburger ve Egger 2020; Karabulut vd. 2020; Pappas ve Glyptou 2021) ve turistlerin seyahat davranışlarının altında yatan risk alguları, seyahatten kaçınma niyetini etkileyebilecek koşul değişkenleri olarak belirlenmiştir. Buna göre temizlik ve hijyen riskleri, ürün fiyat ve kalite riskleri, Covid-19 ciddiyet algısı ve turizm amaçlı harcanabilir gelir turistik davranışı etkileyebilecek değişkenler olarak araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmanın temel amacı Covid-19 sürecinde turistlerin seyahatten kaçınma niyetine etki eden koşul değişkenlerinin olası kombinasyonlarının asimetrik etkilerini bir model içinde inceleyerek seyahat davranışını analiz etmektir.

ALANYAZIN TARAMASI

Geçtiğimiz 50 yılda yaşanan kriz süreçleri (Ebola virüsü-1976, SARS virüsü-2003, Dünya Ekonomik Krizi-2007/2008, 11 Eylül Saldırıları-2001, MERS virüsü-2012 vb.) turizmin dış olaylara karşı esnek olduğunu ve toparlanabildiğini göstermiş, ancak bu krizlerin hiçbiri küresel ekonomi üzerinde Covid-19 kadar yıkıcı etki göstermemiştir (Gössling vd. 2021). Önceki salgın hastalıklardan öğrenilen deneyimlerin Covid-19'un etkilerini öngörmeye yetersiz kalması yüzünden (Karabulut vd. 2020), içinde bulunduğumuz kriz süreci farklı bakış açılarıyla ele alınmalıdır.

Covid-19 Pandemisi Riski ve Seyahat Davranışı

Kriz dönemlerinde destinasyon seçimleri ve seyahat kararları çeşitli risk ve belirsizlikler içinde verilmektedir. Sağlık, hijyen ve güvenliğe dair algılanan risklerin seyahat kararını etkilediği bilinirken (Sönmez ve Graefe 1998; Reisinger ve Mavondo 2005) bulaşıcı hastalıklar turistlerin seyahat planlarını değiştirmesine neden olan en güçlü risk faktörü olarak belirlenmiştir (Kozak vd. 2007). Ebola virüsü bağlamında yapılan bir çalışmada turistlerin algılanan seyahat risklerinin, hastalık hassasiyetlerinin ve hastalık hakkında bilgilerinin (algılanan öznel bilgi) seyahatten kaçınma davranışlarını tetiklediği görülürken, algılanan seyahat riskleri en güçlü seyahat engelleyici olarak öne çıkmıştır (Cahyanto vd. 2016). Ekonomik kriz gibi belirsizlik dönemlerinde turistlerin iş güvenceleri ve turizm amaçlı harcanabilir gelirlerinin seyahat kararlarını etkilediği görülürken (Papatheodorou ve Pappas 2017), tatil amaçlı devlet desteği, seyahat sigortası, iade edilebilir konaklama ve uçak bileti gibi destekler risk algularını düşürmeye yardımcı olabilir.

Pandemi sürecinde yapılan risk algısı ve seyahat davranışı çalışmaları incelendiğinde, Covid-19 bulaşma ve öldürücülüğüne ilişkin ciddiyet algısı yüksek çıkan turistlerin seyahat niyetlerinin olumsuz etkilendiği görülmüştür. Ancak turistlerin kişisel farmakolojik olmayan yöntemlerle hastalıktan korunmaya çalıştıkları, bu yöntemlerin bulaşma ve enfeksiyon riskini bir nebze düşürüp seyahat niyetini olumlu etkilediği saptanmıştır (Das ve Tiwari 2020). Hastalık riskinin

turistleri hastalık önleyici önlemler almaya yönelttiği ve bu önleyici davranışların seyahat tatmini hissini pekiştirdiği bilinirken (Huang vd. 2020); Covid-19 bağlamında turist karar verme sürecinde genel risk, fiyat, kalite, temizlik ve hijyen riskleri algılarının belirleyici olduğu araştırma modelleri tasarlanmıştır (Pappas ve Glyptou 2021).

Neuburger ve Egger (2020), turistleri Covid-19 algılarına, seyahat riski algılarına ve seyahat davranışlarına göre gruplara ayırmıştır. Her bir grubun farklı hassasiyetleri nedeniyle farklı seyahat davranışı geliştireceğini düşünmüşlerdir. Buna göre 'tedirgin' grup daha genç, daha az seyahat tecrübesi olan turistlerden oluşan, yüksek Covid-19 ve seyahat riski algısı sergileyen grup olmuştur. Bu grubun seyahat planı değiştirme veya iptal etme niyeti yüksektir. 'Rahat' grup daha yaşlı, daha fazla seyahat tecrübesi olan turistlerden oluşmuştur. Bu grup Covid-19 ve seyahat riski algısı en düşük olan turistlerden oluşmuş, seyahat planını değiştirme veya iptal etmeye en uzak olan grup olmuştur. Farklı turist tipleri ve turizm türleri bağlamında hastalık risklerine yönelik çalışmalar yapılması sektörün kriz durumlarına karşı esneklik kazanmasına yardımcı olabilir. Nitekim Hajibaba vd. (2015), yüksek risk yatınlığına sahip, iç ve dış krizlere karşı dayanıklı yeni bir turist tipi önermiş, 'krize dayanıklı turist' kavramını alanyazına kazandırmıştır. Bu tip turist kriz sürecine rağmen rezervasyon yapmakta, iptal veya değişiklikten uzak durmaktadır.

Krizler sistemlerin olağan akışının bozulduğu, yüksek risk ve belirsizlik içeren dönemlerdir. Zenker ve Kock (2020), koronavirüs pandemisinin izole bir yönüne odaklanılmasını, yüksek karmaşıklık ve bağlantılılık ile başa çıkmak ve özellikle doğrusal olmayan ilişkileri ortaya çıkarmak için hem kaos teorisini hem de sistem teorisini kullanılmasını önermektedir.

Covid-19 ve Karmaşıklık Teorisi

İçinde bulunduğumuz pandemi süreci, belirli bir başlangıcı, ortası ve sonu olan doğrusal bir olaylar zincirinden ziyade süreç hakkında bildiklerimiz, bilmediklerimiz ve öğrendiklerimizle birlik-

te ilerleyen, doğrusal olmayan bir kriz sürecidir (AON 2020). İlerleyişi itibariyle, beklenen değişimlerin ve sonuçların gözlemlenmesi yerine, örtük değişkenlerin ve öngörülemeyen ilişki ağlarının belirdiği kaotik bir yapı ortaya çıkarmaktadır. Bu tarz durumlar sistemi tehdit edip, kritik eşiğin ötesine taşıdığına tüm sistem yok olabilir, kriz öncesi düzene yakın bir konfigürasyona geri gelebilir veya tamamen yeni ve daha güçlü bir konfigürasyon oluşabilir (Faulkner 2001).

Kaos ve karmaşıklık teorileri 20. yüzyılın sonlarında görelilik, kuantum ve evrim teorilerinden hareketle geliştirilmiş; doğanın, gezegenin, evrenin fraktal ve düzensiz olduğu genel kabulüyle ortaya çıkmıştır (Doll 2008). 'Kaos' ve 'karmaşıklık' kavramlarının birlikte kullanılması alanyazında karşılaşılan bir durumdur. 'Kelebek etkisi' kavramını alanyazına kazandıran matematikçi Lorenz'e (1993) göre iki kavram da aslında 'düzensizliği' ifade etmekte; kaos zamanda düzensizliğe, karmaşıklık ise uzay-mekansal düzensizliğe çıkarım yapmaktadır. Kaos, çalkantı ve dalgalanmaları sistemin doğal bir unsuru olarak görür. Bu noktada Lorenz (1993) kaosu karmaşık sistemlerin bir alt özelliği olarak görmüş, matematiksel modellerde yer alan ve genelde hata varyansı kabul edilip göz ardı edilen çok küçük değişikliklerin dalgalı, çelişkili ve beklenmedik sonuçlar doğurabileceğini keşfetmiştir. Bu küçük ve önemsiz görünen sapma ve değişiklikleri açıklamada doğrusal yöntemler yetersiz kalmaktadır. Nitekim Woodside (2013; 2014) araştırmalardaki hâkim paradigmanın, çoklu regresyon analizi ve yapısal eşitlik modeli gibi simetrik testlerle bir grup bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki doğrusal etkilerinin incelenmesi olduğuna dikkat çekmiştir.

Simetrik bir ilişki izlenerek X'in Y üzerindeki pozitif veya negatif net etkisini göstermek yerine, X'in Y üzerindeki etkilerini farklı kombinasyon koşullarında göstermek çalışmaya değer katacaktır (Woodside 2013). Araştırma boyunca arayışında olunan gerçeklik (sonuç değişkenindeki değişim/değer), asimetrik bir ilişkideki farklı kombinasyon koşullarının aydınlatılmasıyla ortaya çıkabilir, çünkü gerçeklik genelde birden fazla koşulda gizlidir (Woodside 2013; 2014). Ön-

cül koşuldaki bir yüksek değer çoğu sonucu açıklamada yetersiz kalır. Örneğin Covid-19 sürecinde bir destinasyonda hijyen ve sağlık koşullarının sağlanmış olması turizm faaliyetleri için bir gereklilikken, bu durum destinasyonun tercih edilmesi için yeterli değildir. Araştırma ve gerçek hayat bağlamında, hijyen ve sağlık koşulları (öncül koşul), sonuç değişkenini öngörmede ve açıklamada yeterli değildir. Bu durumda asimetrik ilişkiler ışığında diğer çalışan kombinasyonlara bakılması yararlı olacaktır.

Çalışma, Covid-19 sürecinde seyahat niyetinin kompleks yapısını incelemek için karmaşıklık teorisinden faydalanmaktadır. Böylece, araştırmanın kavramsal modeli karmaşıklık teorisine dayalı olarak tasarlanmıştır. Karmaşık koşulların oluşturduğu olası konfigürasyonlar Şekil 1'deki Venn şemasıyla gösterilmekte ve bu anlamda ortaya çıkan koşullar ile seyahat niyeti arasındaki karmaşık nedensel ilişki görselleştirilmektedir.

YÖNTEM

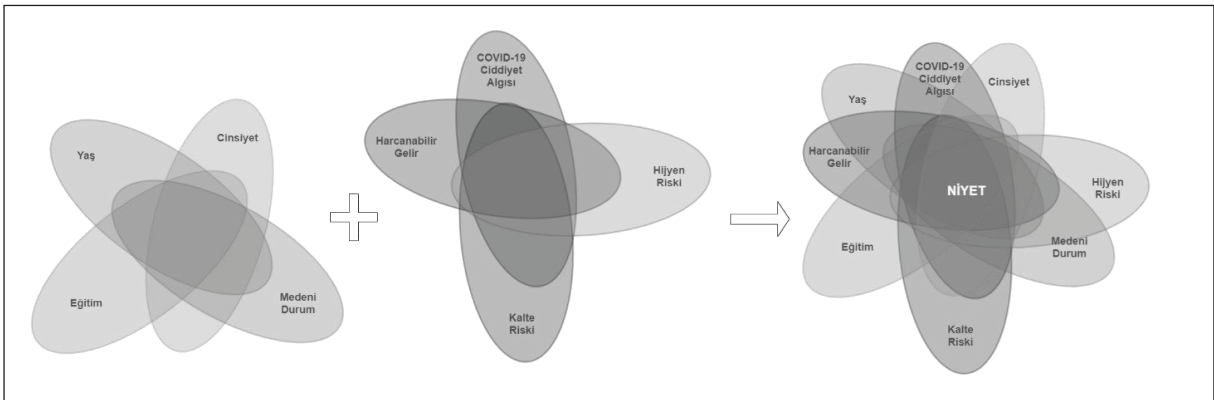
Nitel karşılaştırmalı analiz (QCA), durumdan ziyade bireysel değişkenlerden oluşan konfigürasyonlar ve bu konfigürasyonları basitleştiren Boole cebri algoritması ile tüm konfigürasyonların analizini temel alır. QCA'da koşullar (bağımsız değişkenler) ve sonuç (bağımlı değişken) genellikle asimetrik ilişkiler sergiler. QCA'nın, karmaşık nedensel ilişkilerle başa çıkmada çoklu regresyondan üstün olduğu iddia edilmektedir (Rihoux ve Ragin 2009). Öncelikle, farklı faktörler arasındaki iç içe geçmiş etkileşimleri yansıtır,

sonrasında sonuçları yorumlamada bağımsız değişkenlerin seviyesini inceler. Turizm gibi kaotik ve karmaşık sistemlerde, bağımsız değişkenden ziyade koşullar arasındaki karşılıklı bağımlılık yaygındır. Bu durum, koşullar ve sonuç arasındaki ortak asimetrik ilişkileri de ifade eder. QCA, büyük örneklem nicel analizinin yanı sıra küçük ve orta büyüklükteki örneklem durum çalışmalarını için de uygundur (Rihoux ve Ragin 2009).

Bu çalışmada kullanılan QCA'nın bir türü olan bulanık küme nitel karşılaştırmalı analiz (fsQCA) süreci üç bölüme ayrılabilir; doğrulama tablosunun oluşturulması, gereklilik analizi ve yeterlilik analizi. fsQCA yönteminin akış şeması olarak şu adımlar izlenir: Teorik temele dayalı olarak öncelikle sonuç ve sonrasında koşullar belirlenir. Sonuç ve koşullar fsQCA için uygun kalibrasyon denklemine göre kalibre edilir. Bu koşulların sonuç için gerekli olup olmadığını test etmek için gereklilik analizi yapılır. Gereklilik analizine göre bu kalibrasyonla birlikte bulanık küme doğrulama tablosu algoritmasından yararlanılarak doğrulama tablosu oluşturulur. Doğrulama tablosu ile ortaya çıkacak sonuçlarla yeterlilik analizi yapılır ve son olarak fsQCA sonuçları değerlendirilir. Bu adımların ne şekilde yapılacağı bulgular ve sonuç kısmında detaylı ifade edilmektedir.

Çalışma Grubu ve Ölçüm Aracı

Veriler hazırlanan soru formu ile Google Formlar platformundan çevrimiçi toplanmıştır. Kişinin çalışmaya katılım tercihinin kendisinde olduğu, kısıtlamasız bir çevrimiçi anket ortamı olan bu



Şekil 1. Venn Şeması - Çalışmanın Asimetrik Modeli

platform üzerinde hazırlanan anketin bağlantısı 2021 yılının Mart ayı içinde araştırmacıların profesyonel iş ve sosyal medya ağlarında paylaşılmıştır. Bu bağlamda araştırmaya gönüllü olarak katılan 349 kişi araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Araştırmada kullanılan soru formunun ilk bölümünde demografik sorular yer almaktadır. Katılımcılardan herhangi bir kişisel bilgi istenmemiştir (telefon numarası, e-posta, vb.). İkinci kısımda ise ilgili alanyazın ışığında hazırlanan ölçüm aracı yer almıştır. Orijinal ölçekleri oluşturan araştırmacılardan gerekli izinler alınmıştır. Buna göre ölçüm modelinde, demografik sorular hariç, toplam beş değişken yer almış ve her bir değişken üç soruyla ölçülmüştür. Sonuç değişkeni olarak seyahatten kaçınma niyeti ölçümü için Das ve Tiwari'nin (2020) seyahat niyeti ölçeği uyarlanmıştır. Temizlik ve hijyen riski, ürün fiyat ve kalite riski, turizm amaçlı harcanabilir gelir, Covid-19 ciddiyet algısı koşul değişkenlerinin ölçümü için; 'Temizlik ve Hijyen riskleri' ölçeği Pappas ve Glyptou'dan (2010) uyarlanmış ve 'Hijyen Riski' olarak kısaltılmıştır. 'Ürün Fiyat ve Kalite Riski' ölçeği ile 'Turizm Amaçlı Harcanabilir Gelir' ölçeği Papatheodorou ve Pappas'tan (2017) uyarlanmış ve 'Kalite Riski' ile 'Harcanabilir Gelir' olarak kısaltılmışlardır. 'Covid-19 Ciddiyet Algısı' olarak adlandırılan boyut sağlık alanyazınında kullanılan algılanan hastalık ciddiyeti ölçümlerinden yola çıkılarak, araştırmanın amaçlarına özel olarak tasarlanmıştır. Algılanan ciddiyet bir hastalığa yakalanma tehlikesine ve bu durumun ciddiyetine ilişkin kişilerin düşüncelerini ölçmeye yönelik bir değişkendir. Bu bağlamda sağlık ve turizm alanında uzman akademisyenlerden görüş alınarak oluşturulan bu boyutta seyahate dair algılanan Covid-19 ciddiyeti ölçülmek istenmiştir (Tablo 1).

Ölçüm Aracının Geçerlilik ve Güvenilirliği

Ölçüm aracının dil geçerliliği için İngilizce okutmanları tarafından karşılıklı olarak (İngilizce-Türkçe; Türkçe-İngilizce) çeviriler yapılmıştır. 35 kişilik bir gruba bir hafta ara ile iki kez anket uygulanmıştır. Türkçe ve İngilizce uygulamalar arasında maddeler düzeyinde korelasyon katsayılarına ($r=90$, $P<0,01$) ve ilişkili grup t testi so-

nuçlarına göre ($p > 0,05$) tüm sorularda dil geçerliliğinin sağlandığına yönelik kanıtlar bulunmuştur.

Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri için açım-ayıcı ve doğrulayıcı faktör analizinden faydalanılmıştır. Analizler için SPSS 20 ve Smart PLS 3 programları kullanılmıştır. İç tutarlılık için Cronbach Alpha değeri hesaplanmıştır. Çalışma kapsamında yararlanılan ölçekler içindeki maddelerin faktör yüklerinin 0,50'den büyük olması birleşme geçerliliğinin göstergesidir (Xu vd. 2018). Bu doğrultuda faktör yükü değerleri kabul edilebilir eşiktir. Yapı geçerliliği için incelenen Cronbach Alpha değerinin 0,70'ten, birleşik güvenilirliğin (Composite Reliability/CR) 0,70'ten ve Açıklanan Ortalama Varyansın (AVE) 0,50'den büyük olması da birleşme geçerliliği için gerekmektedir. (Xu vd. 2018). İlgili ölçeklerin boyutlarına ilişkin CR değerleri 0,80 ile 0,96; Cronbach Alpha değerleri de 0,63 ve 0,94 arasında değişmektedir. Cronbach Alpha değeri iki ölçek için 0,70'in altında olsa da ölçeklerin genel yapısı itibarıyla kabul edilebilir olarak değerlendirilebilir. Faktörlere ilişkin Açıklanan Ortalama Varyans (AVE) değerleri ise 0,62 ile 0,89 arasında değişmektedir. Bu sonuçlar, ölçeklerin var olan göstergelerinin varyansının yarısından fazlasını açıkladığını ifade etmektedir ve birleşme geçerliliğinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ayrışma geçerliliğini göstermek, her bir yapının ortalama açıklanan varyansı, değişkenler arasındaki ikili korelasyonların karesinden büyük olması durumunda mümkün olur. Tablo 2'de görüldüğü gibi modeldeki tüm değişkenler arasındaki korelasyonların karesi ortalama açıklanan varyans değerlerinden küçüktür ve bu ölçeklerin ayrışma geçerliliğine sahip olduğunu gösterir (Xu vd. 2018).

Çalışma kapsamında değerlendirilen ölçekler ve alt boyutlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları Tablo 2'de sunulmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; en yüksek korelasyon seyahatten kaçınma niyeti ile Covid-19 ciddiyet algısı değişkeni arasındadır.

Analizler

Demografik bulgulara göre, katılımcıların yüzde 64'ü ($n=225$) kadın, yüzde 36'sı ($n=124$) erkekler-

Tablo 1. Ölçek Maddelerinin Faktör Yük Değerleri, Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları

	Temizlik ve Hijyen Riski	Ürün Fiyat Kalite Riski	Turiz. Amç. Harcanabilir Gelir	Covid-19 Ciddiyet Algısı	Seyahatten Kaçınma Niyeti
Covid-19 nedeniyle, seyahat ederken temizlik ve hijyen riskleri olduğunu düşünüyorum	0,808				
Covid-19 nedeniyle, turizm bölgelerinde temizlik ve hijyen riskleri olduğunu düşünüyorum	0,912				
Covid-19 nedeniyle, konaklama tesislerinde temizlik ve hijyen riskleri olduğunu düşünüyorum	0,882				
Covid-19 nedeniyle turizmde ürün fiyatları artmaktadır		0,725			
Genel olarak Covid-19 gibi kriz dönemlerinde turizmde ürün kalitesi düşmektedir		0,763			
Covid-19 nedeniyle, tatil için yapacağım harcamanın karşılığını alamayacağımı düşünüyorum		0,787			
Covid-19'un gelirim üzerindeki etkisi turizm amaçlı harcamalarımı olumsuz etkilemektedir			0,911		
Covid-19'un istihdam güvencem üzerindeki etkisi turizm amaçlı harcamalarımı olumsuz etkilemektedir			0,881		
Covid-19'un bana yarattığı ekonomik maliyetler turizm amaçlı harcamalarımı olumsuz etkilemektedir			0,891		
Seyahat edersem Covid-19'a yakalanma riskimin yüksek olduğunu düşünüyorum				0,891	
Seyahat edersem Covid-19'a yakalanıp, ölmekten korkuyorum				0,859	
Seyahatimde Covid-19'a yakalanırsam gerekli tedaviyi alamayacağımı düşünüyorum				0,563	
Yakın gelecekte Covid-19 süresince, seyahat etme niyetinde değilim					0,949
Yakın gelecekte Covid-19 süresince, seyahat etmeyi planlamıyorum					0,940
Yakın gelecekte Covid-19 süresince, seyahat etmekten kaçınıyorum					0,937
Cronbach's Alpha	0,836	0,631	0,875	0,696	0,937
CR	0,902	0,802	0,923	0,823	0,959
Ave	0,754	0,575	0,800	0,616	0,888

den oluşurken, yüzde 54'ü (n=189) bekar, yüzde 46'sı (n=160) evlidir. Eğitim durumları incelendiğinde katılımcılarının dağılımının ortaokul (n=5, yüzde 1,4), lise (n=39, yüzde 11,2), ön lisans – li-

sans (n=209, yüzde 59,9), yüksek lisans – doktora (n=96, yüzde 27,5) şeklinde olduğu görülürken, yaş dağılımının ise 17-29 (n=113, yüzde 32,4), 30-42 (n=178, yüzde 51), 43-55 (n=38, yüzde 10,9), 56-

Tablo 2. Korelasyon Tablosu

	Temizlik ve Hijyen Riski	Ürün Fiyat Kalite Riski	Harcanabilir Gelir	Covid-19 Ciddiyet Algısı	Seyahatten Kaçınma Niyeti
Temizlik ve Hijyen Riski	1				
Ürün Fiyat Kalite Riski	0,373	1			
Harcanabilir Gelir	0,159	0,257	1		
Covid-19 Ciddiyet Algısı	0,517	0,345	0,203	1	
Seyahatten Kaçınma Niyeti	0,445	0,259	0,212	0,626	1

Bütün korelasyon değerleri 0,01 düzeyinde anlamlıdır

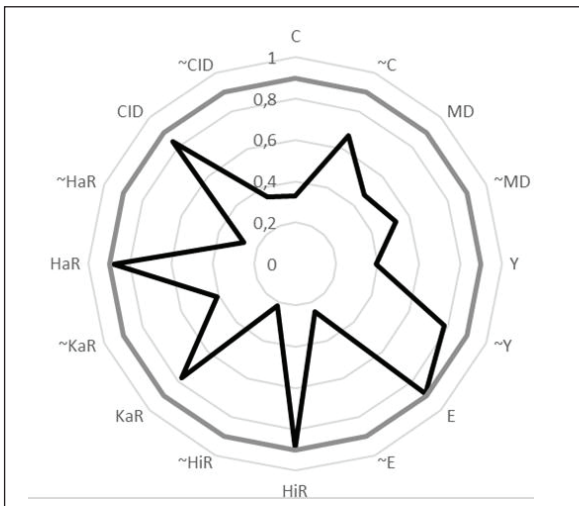
67 (n=20, yüzde 5,7) şeklinde olduğu görülmektedir.

Cinsiyet (C), medeni durum (MD), yaş (Y) ve eğitim (E) ile temizlik ve hijyen riski (HiR), ürün fiyat kalite riski (KaR), turizm amaçlı harcanabilir gelir (HaR), Covid-19 ciddiyet (CiD) algıları koşul değişkenleri olarak ele alınmaktadır. Gereklilik analizi öncesi, bulanık üyelik puanları elde etmek için kümenin üyelik derecesini kalibre etmek gerekmektedir. Üyelik puanları, teorik bilginin kapsamlı ölçüsüne ve ampirik kanıtlara dayanan kalibrasyonla belirlenir (Ragin 2014). Bulanık bir küme oluşturmak için bir aralık ölçeği değişkeni için üç niteliksel kırılma noktasının belirtilmesi gerekir; tam üyelik için eşik (0,95), tam

üye olmama eşiği (0,05) ve geçiş noktası (0,50) (Ragin 2008). Buna göre çalışmada yer alan 349 katılımcının profillerine göre kadın, erkek ve bekar, evli için üyelik puanları 0 ve 1 şeklinde iken eğitim durumu (E) ve yaş (Y) değişkenlerinin dört kategorisi için orijinal değerler bulanık üyelik puanlarına dönüştürülmüş ve dönüştürme üç kırılma noktasıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca temizlik ve hijyen riski (HiR), ürün fiyat kalite riski (KaR), turizm amaçlı harcanabilir gelir (HaR), Covid-19 ciddiyet algısı (CiD) ve seyahatten kaçınma niyeti (niyet) de bu üç kırılmaya göre kalibre edilmiştir. Kesme noktaları analiz programı fsQCA 3.1b (Ragin 2018)'ye aktarıldıktan sonra değişkenlerinin üyelik puanlarını hesaplamak için kalibre etme işlevi kullanıldı. Örneğin, HiR için bulanık üyelik puanları; 5 için 0,95, 3 için 0,50, 1 için 0,05 ve geri kalanlar için kalibrasyon denklemiyle hesaplanan belirli bulanık puanlar verilmiştir. Daha sonra üyelik puanları için bulanık doğruluk tablosu algoritması uygulanmıştır.

Gereklilik Analizi

Koşulun sonuç değişkeni üzerinde güçlü bir şekilde bağımsız bir etki yapıp yapmadığını belirlemek için gereklilik analizi yapılmıştır. Tutarlılık puanı 0,9 eşik değerinin üzerine geçmediğinde koşul gerekli olarak etiketlenir (Ragin 2008). Şekil 2, koşullardan hiçbirinin eşik değerini geçmeyerek gereklilik testini geçtiğini göstermektedir. “~” işareti, koşulun değerinin düşük olduğu anlamına gelir. Bu bağlamda şekle göre çalışmada



Şekil 2. Yüksek Niyet İçin Koşulların Gereklilik Analizi (siyah kalın çizgiler tutarlılığını gösterir)

ele alınan HaR, HiR, KaR, CiD ile diğer demografik değişkenlerin koşul olarak değerlendirilmesinin seyahatten kaçınma niyeti sonucuna ulaşmak adına gerekli olduğu ifade edilebilir.

Doğrulama Tablosu

Mantıksal olarak mümkün olan tüm konfigürasyonların bir listesi doğruluk tablosunda yer alırken, ampirik gözlemler genellikle mantıksal konfigürasyonlardan daha azdır ve gözlemlenmeyen durumlar mantıksal kalanlar olarak tanımlanır. Frekans kesme, bir konfigürasyonun geçerli olduğu örneklerin sayısını ifade eder ve örnek boyutu yeterince büyük olduğunda uygun şekilde ayarlanabilir (Rihoux ve Ragin 2009). Çalışmada iki olarak ele alınmıştır. Tutarlılık kesme, aynı sonucu yönlendiren konfigürasyonların yüzdesini ifade eder (Ragin 2014) ve 0,80'e göre ayarlanmıştır. Kesme gereksinimlerini karşılamayan kalıntılar ve satırlar doğruluk tablosundan silinmiş ve çelişkili yapılandırmanın (Rihoux ve Ragin 2009) doğrulama tablosunda görünmemesi sağlanmıştır.

Yeterlilik Analizi

Sonuçla güvenilir bir şekilde ilişkilendirilen konfigürasyonlar, yeterlilik analizinde gösteril-

mektedir. Çözüm kapsamı, sonuçlara göre numunelerin kapsamını temsil etmektedir. Çözüm tutarlılığı, genellikle 0,8 ve üstünde ise sonuç ile koşullar arasındaki tutarlılık derecesini ifade etmektedir (Fiss 2011). Çözüm kapsamı, tüm çözümlerin kapsadığı sonuç örneklerinin yüzdesini ölçmektedir (Rihoux ve Ragin 2009). Yüksek niyet için ara çözümün sonuçları Tablo 3'te gösterildiği gibi yazılımla (fsQCA 3.1b) elde edilmiştir. Bir koşul adının varlığı, değerinin yüksek olduğu veya 1 için verildiği; yokluğun düşük olduğu veya 0 için verildiği şeklinde yorumlanabilir. Çözüm tutarlılığı, güçlü bir açıklama gücü anlamına gelen 0,877'e ulaşırken çözüm kapsamı, tüm konfigürasyonların 194 sonuç vakasını 0,761 gibi bir değerle kapsaması modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yedi konfigürasyon için tutarlılık değerleri 0,80'den yüksektir.

BULGULAR

Asimetrik ilişkiler incelendiğinde seyahatten kaçınma niyetini etkileyen 7 konfigürasyon olduğu görülmektedir. 2. konfigürasyon incelendiğinde ($E*HiR*KaR*HaR*CiD$) araştırma modeline dahil edilen bütün demografik dışı koşul değişkenlerinin (temizlik ve hijyen riski, ürün fiyat ve

Tablo 3. Seyahatten Kaçınma Niyeti İçin Koşulların Yeterli Konfigürasyonları

	Nedensel Konfigürasyon (Sonuç)						
	Niyet						
	1	2	3	4	5	6	7
Cinsiyet	⊗		⊗	⊗	•	⊗	
Medeni Durum	⊗		⊗		•	⊗	•
Yaş	⊗		⊗	⊗	⊗		
Eğitim	•	•	•	•	•	•	•
Temz. Hijyen Riski	•	•		•	•	•	•
Ür. Fiyat Kalite Riski		•	⊗	•		⊗	
Harcanabilir Gelir		•	•	⊗	•	•	•
Covid-19 Ciddiyeti		•				⊗	•
Tutarlılık	0,849	0,938	0,905	0,938	0,879	0,883	0,935
Çözüm Kapsamı	0,761						
Çözüm Tutarlılığı	0,877						

kalite riski, turizm amaçlı harcanabilir gelir ve Covid-19 ciddiyeti) seyahatten kaçınma davranışını etkilediği görülmektedir. Bu durum tasarlanan modelin tutarlı olduğuna ve katılımcılar için Covid-19 özelinde seyahati engelleyen risklerin demografik koşullar ne olursa olsun var olduğuna işaret etmiştir.

Konfigürasyon 1 ($\sim C^* \sim MD^* \sim Y^* E^* HiR$), 3 ($\sim C^* \sim MD^* \sim Y^* E^* \sim KaR^* HaR$) ve 4 ($\sim C^* \sim Y^* E^* HiR^* KaR^* \sim HaR$)'e göre orta yaş altı kadınların seyahatten kaçınmasında 3 koşul etkili olabilmektedir. Sadece yüksek hijyen riski seyahatten kaçınma için yeterli olabilirken (konf. 1), harcanabilir gelir riski yüksek, ürün fiyat-kalite riski düşük kadınların (konf. 3) ve hijyen riski yüksek, ürün fiyat-kalite riski yüksek, harcanabilir gelir riski düşük kadınların (konf. 4) seyahatten kaçındıkları görülmektedir. Bu koşullar kadınlar için genel olarak temizlik ve hijyen risklerinin yüksek olduğuna işaret etmiştir. Erkekler bağlamında ortaya çıkan 5. konfigürasyon ise ($C^* MD^* \sim Y^* E^* HiR^* HaR$) evli erkeklerin hijyen riskleri ve turizm amaçlı harcanabilir gelir risklerinin yüksek olması durumunda seyahatten kaçınma davranışı sergileyebileceklerini göstermiştir. Evli erkekler için hijyen riskleri ve pandeminin olumsuz ekonomik etkileri seyahati kısıtlayabilmektedir.

7. konfigürasyona göre ($MD^* E^* HiR^* HaR^* CiD$) hijyen, harcanabilir gelir ve Covid-19 ciddiyet algıları yüksek evlilerin seyahatten kaçınma davranışları sergileyebileceği görülmüştür. Bu durum evli katılımcıların Covid-19'u yüksek riskleri olan bir tehdit olarak gördükleri ve ekonomik anlamda olumsuz etkilendikleri şeklinde yorumlanabilir. 6. konfigürasyonda ($\sim C^* \sim MD^* E^* HiR^* \sim KaR^* HaR^* \sim CiD$) ise hijyen ve harcanabilir gelir risk algıları yüksek, ürün-fiyat kalite riski ve ciddiyet algıları düşük kadınların seyahatten kaçındıkları görülmüştür. 1., 3. ve 6. konfigürasyonların bekar kadınların risk algılarını gösterdiği ve 3 koşulda da Covid-19 hastalık ciddiyet algısının düşük veya yok ve ürün-fiyat kalite riskinin düşük veya yok olduğu görülmüştür. Bu koşullar bekar kadınlar için genel Covid-19 hastalık ciddiyeti ve turistik ürünlerin fiyatlarının yükseldiğine dair algıların zayıf olduğunu göstermektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Covid-19 kriz süreci turistin düşünce ve zihin yapısını etkilemekte, seyahat kararlarında davranışsal bir değişimi beraberinde getirmektedir (Kock vd. 2020). Belirsizliğin ve öngörülemeyen ilişkilerin hâkim olduğu kriz dönemlerinde doğrusal yöntemlerin karmaşık ilişkileri açıklamada yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu yüzden, farklı açıklama düzeyleri sunan, düzeni ve düzensizliği birlikte ele alan karmaşıklık paradigması gibi alternatif yöntemler önemsiz veya normal dışı olarak değerlendirilen koşulların ve çıktıların fark edilmesini sağlayabilir. Sonuçlardaki büyük değişim koşulların düşük düzeylerinde saklı olabilir. Ayrıca karmaşıklık paradigmasının geleneksel tüketici karar verme modellerine dayanan turist karar verme süreçlerine alternatif bir bakış açısı sunabileceği düşünülmektedir.

Beklenen fayda teorisi, gerekçeli eylem teorisi, planlı davranış teorisi ve çeşitli çoklu karar verme modellerinin temel oluşturduğu tüketici karar verme modelleri (Sirakaya ve Woodside 2005), turizm bağlamında fonksiyonel fayda ve tatmin arayışında olan turist karar verme modellerine evrilmiştir. Ancak kişilik tipleri, tutumlar, inançlar gibi psikolojik faktörlerin ve dış koşulların etkisiyle alternatif destinasyonlar arasında bir seçim yapmaya çalışan turist için kaotik dönemde karar verme süreci daha farklı işlemektedir. Genel olarak riskli dönemlerde turist için güvende olma hissi ve risk algıları destinasyon tercihinin belirleyicileri olmaktadır. Nitekim Reisinger ve Mavondo (2005) seyahate dair risk algılarıyla seyahat kaygısı arasında güçlü ilişkiler olduğunu söylemiş ve turist karar verme çalışmalarına kültürel ve psikografik faktörlerin, risk türlerinin, kaygının, güvensizlik algısının dahil edilmesini önermiştir. Potansiyel risk algılarının farklı değişkenlerle ilişkisine odaklanmak kriz dönemindeki seyahat davranışına ışık tutabilir.

Araştırma sonuçlarına göre, nedensel konfigürasyon tablosu incelendiğinde temizlik ve hijyen riskleri 6 konfigürasyonda yüksek düzeyde belirmiş, turizm amaçlı harcanabilir gelir ise biri düşük, 5'i yüksek düzey toplam 6 konfigürasyonda görülmüştür. Covid-19'un insanların gelirleri ve iş güvenceleri üzerindeki olumsuz etkileri tu-

rizm faaliyetlerinden kaçınmalarına yol açmaktadır. Pandemi sürecinde fiyatların artması ve bunun paralelinde insanların gelirinin azalması turizm amaçlı harcanabilir gelirden düşüşe yol açmaktadır.

Bununla birlikte, pandemi nedeniyle seyahat sırasında, destinasyonda veya konaklama tesislerinde temizlik ve hijyen riskleri olabileceğini düşünen katılımcılar seyahatten yüksek oranda kaçınmaktadır. Bu anlamda katılımcılar üzerinde pandemi sürecinin yarattığı maddi olumsuz tablonun ve hastalık riski sebebiyle oluşan hijyen kaygılarının etkisi görülmektedir. Hijyen kaygısı ve hastalıktan kaçınma davranışları alanyazındaki diğer çalışmalar tarafından da desteklenmektedir (Cahyanto vd. 2016; Pappas ve Glyptou 2021). Nitekim, dünya genelinde ülkelerin aşılama programları başlatması, seyahat için aşı pasaportlarının gündeme gelmesi, güvenli seyahat koridorları oluşturulması ve güvenli turizm sertifikaları hastalık bulaşma riskine karşı alınmaya çalışılan güncel önlemler olarak sıralanabilir.

Araştırma kapsamında, pandeminin yarattığı şartlar sebebiyle turistlerde temizlik ve hijyen kaygıları oluşması ve turizm amaçlı gelirin olumsuz etkilenmesiyle birlikte, turistik ürünlerde fiyat ve kalite riskleri oluşacağı ve turistlerde Covid-19'a dair ciddiyet algısıyla birlikte seyahatten kaçınma niyetinin oluşabileceği öngörülmektedir. Bu doğrultuda bulgular kısmında açıklanan konfigürasyonlarda bu koşulların desteklendiği görülmektedir. Pandemi sebebiyle turizm ürün kalitesinin düşme riski yüzünden (örn. konaklama tesislerinde bazı hizmetlerin verilmemesi, yeme-içme işletmelerinde sınırlı ürün arzı gibi) turistler tatil için yapacakları harcamanın karşılığını alamayacağını düşünmektedir. Fiyat ve kalite riskleri, gerçek riskler yerine, aslında bir parça tüketicinin zihninde algılandığı risklerdir. Pandemi koşulları sebebiyle turistik ürün kalitesinde düşüşler olacağını düşünen turistlerin seyahatten kaçınma davranışı sergileyebileceği saptanmıştır. Araştırma kapsamında tasarlanan Covid-19 ciddiyet algısı bizlere turistlerin seyahat sırasında Covid-19'a yakalanma risklerinin olduğunu ve gittikleri destinasyonda gerekli tedaviyi alamayacaklarını düşündüklerini gös-

termektedir. Covid-19 ciddiyet algısı turistlerin seyahat ettikleri destinasyonda, olası bir semptom durumunda gerekli sağlık hizmetlerini sağlayacak altyapının oluşturulmasını beklediğine işaret etmektedir. Güvenli turizm sertifikası bu anlamda algılanan Covid-19 ciddiyetini düşürmeye yardımcı olabilir (<https://tga.gov.tr/>).

fsQCA koşul ve sonuç değişkenlerinin asimetrik ilişkilerinin farklı bağlamlarda görülebilmesini mümkün kılmaktadır. Bu bakımdan yedi yeterlilik konfigürasyonuna göre ön lisans ve üzeri eğitim düzeyindeki katılımcıların çeşitli seyahat riskleri algıladığı ve seyahatten kaçındığı görülmüştür. Bu durum eğitim düzeyi yüksek olan katılımcıların risk algılarının daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Das ve Tiwari'nin (2020) çalışmasında gezginlerin Covid-19 algısının eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı; ancak hastalığı önleyici önlemler alma adına yüksek düzeyde eğitilmiş gezginlerin daha istekli olduğu saptanmıştır. Cinsiyet, eğitim düzeyi, yaş ve medeni durum bağlamında farklı konfigürasyonlar farklı hassasiyetlere dikkat çekmektedir.

Covid-19 krizi, etkileri bakımından turizm endüstrisine, turizm araştırmacılarına ve profesyonellerine küresel değişimin etkileri hakkında önemli çıktılar sunmaktadır (Gössling vd. 2021: 15). Farklı ilişkisel ağları ve düzeyleri açığa çıkarabilen fsQCA gibi alternatif yöntemler kriz süreçlerinde sektörün esnekliğini arttırmaya yardımcı olabilir. Kaos ve karmaşıklıktan hareket eden, krizleri doğanın ve yaşamın bir parçası olarak gören bir bakış açısı turizmin kriz dönemlerindeki ihtiyaçlarına daha yapıcı çözümler sunacaktır. Nitekim araştırma bulguları ışığında, turist karar verme sürecinin karmaşıklığının asimetrik ilişkilerle açıklanabildiği görülmüştür. Konfigürasyonlar farklı demografide turistlerin farklı risk hassasiyetlerine işaret etmektedir. Buna göre yerli turistlerin risk algılarının belirlenmesinde ve 'krize dayanıklı turist' sınıflandırmasına (1) temizlik ve hijyen riskleri, (2) turizm amaçlı harcanabilir gelir, (3) ürün fiyat ve kalite riskleri, (4) Covid-19 ciddiyeti temel oluşturabilir. Bununla birlikte hastalık veya kriz bağlamında, turistlerin ne tür risk azaltıcı davranışlarda bulunduğu araştırılabilir ve farklı risk algılarıyla

seyahat davranışı arasındaki ilişkilerin nasıl şekillendiği incelenebilir.

Araştırma sonuçlarını yorumlarken araştırmanın kısıtlarından bahsetmek gelecekteki çalışmalara yol gösterecektir. Bu bağlamda araştırmanın bulguları yerli turistlerden oluşan bir çalışma grubu üzerinden yorumlanmıştır. Uluslararası turistler veya daha küçük ve özel örneklemeler üzerinde yapılacak çalışmalar farklı risk algılarını ortaya çıkarıp alternatif, daha geçerli risk ve seyahat davranışı modelleri oluşturabilir. Bu bağlamda turizm alanında nispeten yeni bir yöntem olan fsQCA, turistlerin farklı demografik ve risk koşullarını ortaya çıkarmaya yardımcı olabilir. Turizm alanyazınının krizler ve bu dönemlerdeki turist davranışı üzerine eğilmesi krize dayanıklı bir sektör oluşmasına yardımcı olacaktır. Bu açıdan akademik çalışmaların sağlık ve tıp gibi alanlarla çok disiplinli bakış açısıyla yürütülmesi önerilmektedir. Ayrıca sadece hastalıklar üzerine değil, doğal afetler, terör, finansal riskler gibi farklı kriz türleri üzerine çalışmalar yapılması esnek ve dayanıklı turizm kavramına yaklaşmamızı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- AON (2020). Decision Making in Complex & Volatile Times : Keys to Managing COVID-19, <https://www.aon.com/getmedia/86577ac3-1ce2-43eb-8323-1a1191488355/Decision-Making-in-Complex-and-Volatile-Times-Keys-to-Managing-COVID-19-2020-05-06.aspx> (Erişim tarihi: 09.01.2021).
- Cahyanto, I., Wiblishauser, M., Pennington-Gray, L. ve Schroeder, A. (2016). The Dynamics of Travel Avoidance: The Case of Ebola in the U.S., *Tourism Management Perspectives*, 20: 195-203.
- Das, S. S. ve Tiwari, A. K. (2020). Understanding International and Domestic Travel Intention of Indian Travellers During COVID-19 Using a Bayesian Approach, *Tourism Recreation Research*, 1-17.
- Doll, W. E. (2008). Chaos and Complexity Theories. İçinde; L. M. Given (Editör), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods* (ss. 75-78). Thousand Oaks, Kaliforniya: SAGE Yayınları.
- Faulkner, B. (2001). Towards a Framework for Tourism Disaster Management, *Tourism Management*, 22 (2): 135-147.
- Fiss, P. C. (2011). Building Better Causal Theories: A Fuzzy Set Approach to Typologies in Organization Research, *Academy of Management Journal*, 54 (2): 393-420.
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2021). Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (1): 1-20.
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F. ve Dolnicar, S. (2015). Crisis-resistant Tourists, *Annals of Tourism Research*, 53: 46-60.
- Huang, X., Dai, S. ve Xu, H. (2020). Predicting Tourists' Health Risk Preventative Behaviour and Travelling Satisfaction in Tibet: Combining the Theory of Planned Behaviour and Health Belief Model, *Tourism Management Perspectives*, 33: 100589.
- Karabulut, G., Bilgin, M. H., Demir, E., ve Doker, A. C. (2020). How Pandemics Affect Tourism: International Evidence, *Annals of Tourism Research*, 84: 102991.
- Kock, F., Nørfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A. G. ve Tsionas, M. G. (2020). Understanding the COVID-19 Tourist Psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm, *Annals of Tourism Research*, 85: 103053.
- Kozak, M., Crofts, J. C. ve Law, R. (2007). The Impact of the Perception of Risk on International Travellers, *International Journal of Tourism Research*, 9 (4): 233-242.
- Lorenz, E. N. (1993). *The Essence of Chaos*. Londra: UCL Press.
- Manson, S. M. (2001). Simplifying Complexity: A Review of Complexity Theory, *Geoforum*, 32 (3): 405-414.
- Neuburger, L. ve Egger, R. (2020). Travel Risk Perception and Travel Behaviour During the COVID-19 Pandemic 2020: A Case Study of the DACH Region, *Current Issues in Tourism*, 1-14.
- Papatheodorou, A. ve Pappas, N. (2017). Economic Recession, Job Vulnerability, and Tourism Decision Making: A Qualitative Comparative Analysis, *Journal of Travel Research*, 56 (5): 663-677.
- Pappas, N. ve Glyptou, K. (2021). Accommodation Decision-making During the COVID-19 Pandemic: Complexity Insights From Greece, *International Journal of Hospitality Management*, 93: 102767.
- Ragin, C. C. (2008). *Redesigning Social Inquiry: Fuzzy Sets and Beyond*. Şikago: University of Chicago Press.
- Ragin, C. C. (2014). *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies With a New Introduction*. Kaliforniya: University of California Press.
- Ragin, C. C. (2018). *User's Guide to Fuzzy-Set/Qualitative Comparative Analysis 3.0*. Kaliforniya: University of California.
- Reddy, M. V., Boyd, S. W. ve Nica, M. (2020). Towards a Post-conflict Tourism Recovery Framework, *Annals of Tourism Research*, 84: 102940.
- Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2005). Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception, *Journal of Travel Research*, 43 (3): 212-225.
- Rihoux, B. ve Ragin, C. C. (2009). *Configurational Comparative Methods. Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques*. Kaliforniya: Sage.
- Ritchie, B. W. ve Jiang, Y. (2019). A Review of Research on Tourism Risk, Crisis and Disaster Management: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Tourism Risk, Crisis and Disaster Management, *Annals of Tourism Research*, 79: 102812.
- Russell, R. ve Faulkner, B. (1999). Movers and Shakers: Chaos Makers in Tourism Development, *Tourism Management*, 20 (4): 411-423.

- Sirakaya, E. ve Woodside, A. G. (2005). Building and Testing Theories of Decision Making by Travellers, *Tourism Management*, 26 (6): 815-832.
- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R. (1998). Determining Future Travel Behavior From Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety, *Journal of Travel Research*, 37 (2): 171-177.
- Woodside, A. G. (2013). Moving Beyond Multiple Regression Analysis to Algorithms: Calling for Adoption of a Paradigm Shift From Symmetric to Asymmetric Thinking in Data Analysis and Crafting Theory, *Journal of Business Research*, 66: 463-472.

- Woodside, A. G. (2014). Embrace Perform Model: Complexity Theory, Contrarian Case Analysis, and Multiple Realities, *Journal of Business Research*, 67 (12): 2495-2503.
- Xu, Z., Zhang, K., Min, H., Wang, Z., Zhao, X. ve Liu, P. (2018). What Drives People to Accept Automated Vehicles? Findings From a Field Experiment, *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 95: 320-334.
- Zenker, S. ve Kock, F. (2020). The Coronavirus Pandemic-A Critical Discussion of a Tourism Research Agenda, *Tourism Management*, 81: 104164.



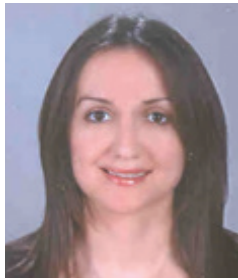
Beykan ÇİZEL

İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (1996). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm ve Otelcilik Dalı'ndan (1999), doktora derecesini de Akdeniz Üniversitesi'nde İşletme Dalı'ndan aldı (2005). Akdeniz Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1996). Doçentlik unvanını ise İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı'ndan aldı (2010). Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde profesör olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm ve otel işletmeciliği, sosyal psikoloji ve e-turist davranışdır.



İsmail Gökay KIRTIL

Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2010). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Dalı'ndan aldı (2019). Aynı yıl Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Dalı'nda doktora eğitimine başladı. Özel sektör kariyerine Royal Caribbean Cruise Line firmasında yaz stajı yaparak başladı (2010). The Marmara Collection Grubu'nda çalıştı (2011-2018). Ardından Akdeniz Üniversitesi Demre Dr. Hasan Ünal Meslek Yüksek Okulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışmaya başladı (2018). Halen Akdeniz Üniversitesi Demre Dr. Hasan Ünal Meslek Yüksek Okulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları gönüllülük faaliyetleri, turist davranışı ve e-turizmdir.



Rabia BATO ÇİZEL

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (1999). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan (2002), doktora derecesini de Akdeniz Üniversitesi İşletme Bölümü'nden aldı (2008). Akdeniz Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2001). Doçentlik unvanını İşletme bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı'ndan aldı (2013). Halen Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde profesör olarak görev almaktadır. Temel çalışma alanları, insan kaynakları yönetimi, yönetim ve organizasyon, çalışma psikolojisidir.



Volkan AŞKUN

Hacettepe Üniversitesi Fizik Mühendisliği'nden mezun oldu (2010). Ankara Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Danışmanlığı (2015) ve Akdeniz Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümlerinden yüksek lisans derecelerini aldı (2018). Sosyal Politika ve Çalışma İlişkileri doktora programına devam etmektedir (2018-). Turizm ağırlıklı özel sektörde İKY, Organizasyon ve Proje Yöneticisi gibi unvanlarda çalıştı (2010-2018). Akdeniz Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır (2020-). Temel çalışma alanları endüstri ve örgüt psikolojisi, sosyal politika ve karmaşıklığıdır.

Az Gelişmiş Bir Destinasyonda Yerel Halkın Turizme Yönelik Desteği: Yozgat Örneği

Residents' Support for Tourism Development in an Underdeveloped Destination: The Case of Yozgat

Ozan ATSIZ*

* Arş. Gör. Dr., Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Yozgat Bozok Üniversite-si, Azizli, Yozgat, 66200, Türkiye.

E- posta: ozan.atsiz@bozok.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2962-1903

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 16 Mart 2021

Düzeltilme: 15 Temmuz 2021

Düzeltilme: 16 Ağustos 2021

Kabul: 8 Eylül 2021

Anahtar sözcükler: Turizme destek,
Turizm algısı, Yerel halk, Topluluğa
bağlılık, Genel yaşam kalitesi, Yozgat.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 16 March 2021

Resubmitted: 15 July 2021

Resubmitted: 16 August 2021

Accepted: 8 September 2021

Key words: Support for tourism,
Tourism perception, Local people,
Community attachment, Overall qua-
lity of life, Yozgat (Turkey).

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, turizm açısından az gelişmiş bir destinasyonda yerel halkın turizme yönelik desteğini incelemektir. Bu kapsamda, yerel halkın turizmle ilgili algıladığı olumlu ve olumsuz etkiler, genel yaşam kalitesi, topluluğa bağlılık ve turizme destek değişkenleri arasındaki ilişkiyi ölçebilmek için yapısal bir model ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda, Yozgat ilinde ikamet eden 457 kişiden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Kısmi en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi sonucu ortaya çıkan araştırma bulgularına göre, turizmin algılanan olumlu etkilerinin turizme desteği olumlu yönde etkilediği; algılanan olumsuz etkilerin ise turizme desteği olumsuz yönde etkilediği görölmüştür. Bununla beraber, turizm geliştiğinde algılanan olumlu etkilerin yerel halkın yaşam kalitesini etkileyeceği ortaya koyulmuştur. Ayrıca, yerel halkın yaşam kalitesinin etkileneceği algısı da turizme desteği etkilemektedir. Son olarak, yerel halkın topluluğa bağlı olma düzeyi, turizmin algılanan olumlu etkilerini ve yerel halkın turizme desteğini etkilemektedir.

ABSTRACT

This study aims to explore residents' support for tourism in an underdeveloped tourism destination. In this regard, a structural model to test the relationships among variables such as residents' perceived effects toward tourism, overall quality of life, community attachment and support for tourism has been put forward. The research data were collected from 457 residents in Yozgat (Turkey) through a questionnaire. According to research findings from partial least squares structural equation modelling, positive perceptions of tourism effects positively influence support for tourism while negative ones negatively influence this support. The study also reveals that positive perceptions of tourism effects influence residents' overall quality of life. Moreover, residents' perceived expectations of overall quality of life have effects on the support for tourism. Finally, community attachment affects positive perceptions of tourism effects and support for tourism.

GİRİş

Turizm gelişimi, kırsal ya da kentsel destinasyonlarda bölgenin kalkınması ve ekonominin canlandırılması açısından önemlidir (Chen ve Chen 2010). Fakat bu gelişimin başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi genellikle yerel halkın turizme yönelik olumlu düşünceleri ve katılımı ile mümkündür (Ap ve Crompton 1998). Yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik algılarının ortaya koyulması, yerel halkın turizmin gelişimine ilişkin desteğini anlamak açısından gereklidir (Perdue

vd. 1990). Ayrıca, yerel halkın turizme destek vererek katılımında bulunması, sürdürülebilir turizm gelişiminin ayrılmaz bir parçasıdır (Obradović ve Stojanović 2021). Çünkü yerel halkın turizme katılım göstermesi, turizm ile ilgili stratejilerin oluşturulması, destinasyonda sunulan ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi açısından önemli bir role sahiptir (Çiçek ve Sarı 2018). Gelişmiş, gelişmekte olan ya da az gelişmiş destinasyonlar yerel halkın desteğini alabilmek ve bu desteği güçlendirebilmek için yerel halkın algılarını ve desteğini anlamaya çalışmaktadır (Liang vd. 2021). Bu

durum, turizmin az geliştiği destinasyonlarda daha önemlidir (Rasoolimanesh ve Jaafar 2016).

Turizmin geliştiği bölgelerde, yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik algıları turizm alan yazınında kapsamlı bir şekilde incelenmiş (Liang vd. 2021) ve ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler olmak üzere üç başlık altında ele alınmıştır (Rasoolimanesh ve Jaafar 2016). Yerel halkın desteğinin belirtilen bu algılara bağlı olduğu kabul edilse de, bu ilişkinin yapısal etkilerinin yeterince araştırılmadığı düşünülmektedir (Yoon vd. 2001). Yapılan çalışmalara göre, turizme destek yerel halkın yaşam kalitesinden duyduğu memnuniyet düzeyi ve topluluğa bağlılığı yanında destinasyonun kimlik algısı ile de ilişkili olabilmektedir (Mccool ve Martin 1994; Moscardo 2009; Eslami vd. 2019). Turizm gelişiminin farklı aşamalarında olan bölgelerde yapılan araştırmalar, yerel halkın turizm etkileri odaklı algısı ve turizm gelişimine olan desteğini anlamak açısından ilgili alana ve yöneticilere katkı sağlamaktadır (Chen ve Chen 2010).

Önceki çalışmalar genellikle turizm açısından gelişmiş veya gelişmekte olan destinasyonlar üzerinde uygulanmıştır. Bununla birlikte, az gelişmiş destinasyonlar üzerine yapılan çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir (Çelik ve Rasoolimanesh 2021). Bu çalışmalarda, yerel halkın turizme yönelik olumlu ve olumsuz algı düzeylerinin, turizme destek düşüncesi ile sınırlı kaldığı görülmektedir (Rasoolimanesh ve Jaafar 2016; Çelik ve Rasoolimanesh 2021). Yerel halkın topluluğa bağlılığı ve yaşam kalitesine ilişkin memnuniyet düzeyi ile ilgili konuların araştırmacılar tarafından yeterince araştırılmadığı görülmüştür. Bu kapsamda, bu çalışmanın amacı turizm açısından gelişmemiş bölgelerden biri olan Yozgat'ta yerel halkın turizme yönelik desteğini ve bu desteğin yerel halkın toplumsal bağlılık düzeyi, turizme yönelik algılanan olumlu ve olumsuz etkileri, yaşam kalitesinden duyulan memnuniyet düzeyi ile ilişkilerini incelemektir.

Bu çalışma, az gelişmiş destinasyonlarda yerel halkın turizme desteğinin düzeyi ve etkilerinin anlaşılabilmesine katkıda bulunmaktadır. Araştırmada test edilen modelde, turizme destekte rol alan etkenler belirlendiğinden, turizm geliş-

miyle ilgili yerel halka ait sorumluluklar ortaya koyulabilecektir. Bu doğrultuda çalışma, yerel halkın turizme yönelik desteğini saptayarak gelecekte yapılacak araştırmalara yol göstermektedir. Aynı zamanda elde edilen araştırma bulguları ışığında, destinasyon yöneticilerinin ve yerel halkın yönlendirilmesi ile, bölgedeki turizm faaliyetlerinin gelişimine katkı sunulması hedeflenmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Turizme destek kavramı, yerel halk tarafından turizmin algılanan olumlu ve olumsuz etkileri sonucunda geliştirdikleri tepki olarak belirtilmektedir (Perdue vd. 1990). Geliştirilen bu tepki zihinsel ve duygusal olabileceği gibi fiziksel de olabilmektedir (Tosun 2006). Yerel halkın turizme desteğini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlardan ilki, yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılarıdır. Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Perdue vd. 1990; Gursoy vd. 2002; Nunkoo ve Ramkissoon 2011b; Nunkoo ve Gursoy 2012; Rasoolimanesh ve Jaafar 2016; Çelik ve Rasoolimanesh 2021; Liang vd. 2021). Bu çalışmalara göre, turizmin algılanan etkileri, ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler olmak üzere üç farklı başlık altında ele alınmaktadır. Yerel halkın turizme yönelik algıladıkları olumlu ekonomik etkiler; gelir düzeyinin artması, istihdam olanaklarının yaratılması ve yaşam standardının geliştirilmesi olarak sıralanırken; olumsuz etkileri ise yaşam maliyetlerinin (ürünlerin ve hizmetlerin fiyatlarında genel artış) ve emlak vergilerinin artması olarak belirlenmektedir. Turizm gelişiminin olumlu sosyal etkileri kapsamında ise; rekreasyon faaliyetlerinin ve eğlence tesislerinin artırılması, bu tesis ve faaliyetlerin kalitelerinin iyileştirilmesi, bölgenin kültürel kimliğinin ortaya çıkarılması ve tanıtımı, bölgenin geleneğinin, sanatının, kültürünün ve zanaatlarının canlandırılması ve korunması yer almaktadır. Turizm gelişiminin olumsuz sosyal etkileri ise; aile yapısının bozulması, aşırı kalabalıklaşma, trafiğin artması, suç oranlarının ve uyuşturucu kullanımının artması olarak belirtilmektedir. Öte yandan doğal çevrenin ve ekosistemin zarar görmesi, hava, su

ve çevresel kirlenmede artışın gözlemlenmesi de algılanan olumsuz çevresel etkilerinden birkaçıdır.

Tüm bu etkilere ilişkin yerel halkın algıları, farklı teoriler ve modeller (Sosyal Değişim Teorisi, Turizm Yaşam Döngüsü Modeli, Tolerans Modeli, Kimlik Teorisi, Sosyal Temsil Teorisi, Büyüme Makinesi Kuramı ve Planlanmış Davranış Teorisi) kullanılarak incelenmiştir (Gursoy ve Nunkoo 2019). Bunlardan en fazla kullanılan ve kabul gören kuramlardan biri Sosyal Değişim Teorisi olmuştur (Nunkoo vd. 2013). Perdue ve diğerleri (1990) bu kuramın yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılarını anlamak açısından uygun bir çerçeve sunduğunu belirtmişlerdir. Ap'a (1992) göre bu kuram, sosyolojik bir niteliğe sahip olmakla beraber etkileşime giren bireyler ve gruplar arasındaki kaynak değişimini anlamaya ve ortaya koymaya çalışır. Bu kurama göre, yerel halk turizmden fayda sağladıkça turizme destek verirken turizmin olumsuz yönlerini hissettikçe destek vermemektedir. Bu doğrultuda, yerel halkın turizme vermiş olduğu destek algıladığı fayda ile doğru orantılı iken, algılanan maliyet ile ters orantılıdır (Çiçek ve Sarı 2018). Yukarıda sözü edilen, yerel halkın turizme yönelik algıladığı olumlu etkiler algılanan fayda olarak nitelendirilirken, olumsuz etkiler ise algılanan maliyet olarak nitelendirilmektedir (Nunkoo ve Ramkissoon 2011b).

Topluluğa bağlılık kavramı, insanların güçlü olumlu duyguları, topluluğun köklü bir geçmişe sahip olması ve aidiyet duygusu çerçevesinde açıklanan sosyolojik bir kavramdır (Brehm vd. 2004). Topluluğa bağlılık kavramını turizm gelişimi açısından ele alan ilk araştırmacılar McCool ve Martin (1994), bu kavramı sosyal bütünleşme ve sosyal katılım ile açıklamıştır. Ayrıca, topluluğa bağlılık insanların kendi toplumlarına karşı sahip oldukları hisler bütünü olarak değerlendirilmiştir (McCool ve Martin 1994). Yerel halkın içinde bulunduğu topluluğa bağlılığı ne kadar yüksekse turizm gelişimine desteği o düzeyde yüksek olmaktadır (Brehm vd. 2004; Eslami vd. 2019). Bu doğrultuda, turizm alanyazınında topluluğa bağlılık kavramı, turizmin gelişimiyle ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, topluluğa bağlılık genellikle ikamet edilen süre, doğum yeri ve bölgeye ilişkin ortak bir mirası-

nın olup olmadığı ile ilişkilendirilmektedir (Um ve Crompton 1987). McCool ve Martin (1994), çalışmalarında topluluğa bağlılık ve ikamet edilen süre arasında zayıf bir ilişki olduğunu ve turizm gelişimini destekleyenlerin bölgede kısa süreliğine ikamet ettiğini ortaya koymuştur.

Genel olarak turizm gelişiminin temel amacı, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faydalarını göz önünde tutarak yerel halkın yaşam kalitesini artırmaktır (McCool ve Martin 1994). Çünkü yerel halkın yaşam kalitesi arttığı ölçüde, turizme yönelik desteği sürmektedir (Woo vd. 2015). Yaşam kalitesi genel olarak, bireyin refahı, tatmini-tatminsizliği veya hayattan mutlu-mutsuz olması şeklinde değerlendirilmektedir (Eslami vd. 2019). Bu bağlamda, yaşam kalitesiyle ilgili beklentiler de turizm gelişimiyle ilgili dikkate alınması gereken bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Turizm alanyazınında yerel halkın turizme yönelik algılanan olumlu ve olumsuz algılarının turizme desteğine olan etkisini ölçen birçok çalışma yer almaktadır (Perdue vd. 1990; Nunkoo ve Ramkissoon 2011b; Nunkoo ve Gursoy 2012). Bu çalışmalara göre, yerel halk turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini olumlu olarak algıladığında turizme destek vermekte ve planlamalara katılmak suretiyle katkıda bulunmaktadır. Bu etkileri olumsuz olarak algıladığı zaman ise turizme desteği ve turizm planlamasına katkısı sınırlı kalmaktadır (Gursoy vd. 2002; Nunkoo ve Ramkissoon 2011a; Sharpley 2014). Bu durum turizm gelişiminin sürdürülebilirliğini etkilemektedir. Yukarıda bahsedildiği üzere, bu etkiler yoğun olarak Sosyal Değişim Teorisi kapsamında incelenmiştir (Nunkoo vd. 2013). Bu nedenle, bu çalışma da söz konusu teori bağlamında yapılandırılmıştır. Bu teoriye göre yerel halk, turizmin olumlu etkilerinin veya faydalarının olumsuz etkilerinden veya maliyetlerinden daha ağır bastığını algıladığında, turizme olumlu destek sunacaktır (Ap 1992). Algılanan bu etkilerin ve yerel halkın turizme desteği boyutu arasındaki ilişkiyi az gelişmiş destinasyonlarda inceleyen sınırlı sayıda çalışma yer almaktadır

(Rasoolimanesh ve Jaafar 2016; Çelik ve Rasoolimanesh 2021). Bu çalışmalara göre, altyapı, kamu tesisleri, yatırımlar ve istihdam olanaklarının artacağı algısı, turizmin gelişim öncesi aşamasında turizm gelişimine verilecek muhtemel desteği göstermektedir. Ayrıca bu çalışmalarda, algılanan olumsuz etkiler kapsamında trafiğin yoğunlaşması, gürültünün, hava kirliliğinin, yaşama maliyetlerindeki ve olası suç oranlarının artacağı algısı ortaya konmaktadır. Tüm bu bulgulardan hareketle, H1 ve H2 hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

H_{10/A}: Turizmin algılanan olumlu etkilerinin turizme destek üzerinde etkisi yoktur/vardır.

H_{20/A}: Turizmin algılanan olumsuz etkilerinin turizme destek üzerinde etkisi yoktur/vardır.

Yerel halkın algıladığı turizmin olumlu ve olumsuz etkileri yerel halkın yaşam kalitesini ya da yaşam memnuniyetini de etkileyebilmektedir (Su vd. 2018). Yerel halkın algıladığı turizmin olumlu etkilerinin yerel halkın yaşam kalitesini etkilediğine dair alanyazında birçok çalışma bulunmaktadır (Moscardo 2009; Guo vd. 2014; Woo vd. 2015). Buna göre, yerel halkın algıladığı olumlu turizm etkileri yaşam kalitesi üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahiptir (Khizindar 2012; Su vd. 2018). Turizmin olumsuz etkileri fazla ise yerel halkın algıladığı yaşam kalitesinde veya yaşam memnuniyetinde azalma meydana geldiği belirtilmektedir (Andereck ve Nyaupane 2011). Diğer yandan, yerel halkın turizme yönelik olumsuz algıları, yaşam kalitesini olumsuz olarak etkilemektedir (Su vd. 2018). Destinasyonda turizmin olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin azaltılması, yerel halkın iyi olma duygusunu geliştirecektir (Sharpley 2014). Ayrıca, yaşam kalitesinden duyulan memnuniyet, turizme desteği de beraberinde getirmektedir. Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyen çalışma sayısı sınırlıdır (Andereck vd. 2007; Andereck ve Nyaupane 2011; Woo vd. 2015; Eslami vd. 2019). Bu değişkenler, bahsedilen çalışmalarda gelişmiş destinasyonlarda test edilmiştir; az gelişmiş destinasyonlarda, yaşam kalitesinin turizmden nasıl etkileneceği ve yaşam kalitesi bek-

lentisinin turizme desteği ne ölçüde etkilediğini inceleyen herhangi bir araştırma bu çalışma sürecinde tespit edilmemiştir. Bu kapsamda, çalışmanın H3, H4 ve H5 hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H_{30/A}: Turizmin algılanan olumlu etkilerinin yerel halkın yaşam kalitesi algısı üzerinde etkisi yoktur/vardır.

H_{40/A}: Turizmin algılanan olumsuz etkilerinin yerel halkın yaşam kalitesi algısı üzerinde etkisi yoktur/vardır.

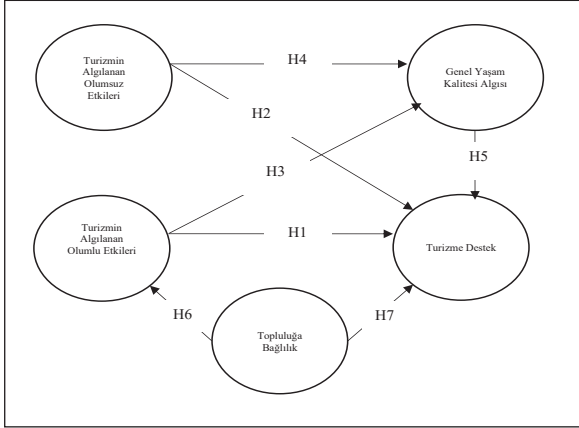
H_{50/A}: Yerel halkın yaşam kalitesi algısının turizme desteği üzerinde etkisi yoktur/vardır.

Turizm destinasyonlarında yerel halkın topluluğa bağlı olma duygusu ile turizme yönelik algıları arasındaki ilişki konusunda çalışmalar mevcuttur. Bu araştırmalara göre, bireylerin topluluğa bağlılığı ne kadar yüksekse turizme yönelik algıları da o oranda olumludur (Brehm vd. 2004; Eslami vd. 2019). Fakat Harrill ve Potts (2003) çalışmalarında, yerel halkın topluluğa bağlılığı ne kadar yüksekse turizme yönelik o kadar çok olumsuz algı geliştirdiklerinden bahsetmektedir. Bu tür bulgular ortaya koyan çalışmalara karşın, topluluğa bağlılığın turizme yönelik olumlu algıya yol açtığı belirtilmektedir (Choi ve Murray 2010). Ayrıca, bulunduğu bölgedeki topluluğa bağlı olan yerel halk, turizm gelişimini doğrudan desteklemektedir. Turizm alanyazınında, bu ilişkiyi doğrudan ve dolaylı olarak ölçen çalışmalar bulunmaktadır (Ap ve Crompton 1998; Brehm vd. 2004; Eslami vd. 2019). Bu bağlamda bu çalışmada, az gelişmiş destinasyonlarda da yerel halkın topluluğa bağlılığının turizm gelişimine olan desteğe olumlu etkide bulunacağı varsayılmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın H6 ve H7 hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H_{60/A}: Yerel halkın topluluğa bağlılığının turizmin algılanan olumlu etkileri üzerinde etkisi yoktur/vardır.

H_{70/A}: Yerel halkın topluluğa olan bağlılığının turizm gelişimine desteği üzerinde etkisi yoktur/vardır.

Açıklanan bağlamlarda belirlenen araştırma hipotezleri, Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, turizm açısından az gelişmiş bir destinasyonda yerel halkın turizme yönelik desteğini incelemektir. Oluşturulan yapısal model kapsamında, yerel halkın turizm algısı, topluluğa bağlılığı, genel yaşam kalitesi ve turizm desteği test edilmektedir. Araştırma kapsamında belirlenen hipotezleri test etmek için hazırlanan anket formu ile toplanan veriler, kısmi en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edildikten sonra elde edilen bulgular raporlanmıştır.

Araştırma Alanı

Turizmde gelişmişlik düzeyi, genellikle turizm göstergeleri (turist sayısı, turizm geliri, doğal ve kültürel çekiciliklerin turistik ürün haline gelmesi, turizm tesislerinin varlığı gibi) ile ilişkilendirilmektedir. Kervankiran ve Eteman (2020) bu faktörleri göz önünde tutarak Türkiye'deki illerin turizm açısından bölgesel gelişmişlik düzeylerini incelemiş ve Yozgat ilini az gelişmiş destinasyon olarak belirlemiştir. Bu doğrultuda, Yozgat ili araştırma alanı olarak seçilmiştir. Yozgat, Türkiye'nin yüzölçümü bakımından en büyük 15. şehridir ve coğrafi alanı itibarıyla birbirinden farklı doğal ve kültürel çekiciliklere sahiptir. Örnek olarak, merkezde yer alan Türkiye'nin ilk milli parkı (Yozgat Çamlığı Milli Parkı), Akdağmadeni Ormanları, Kazankaya Kanyonu, Sarıkaya Hamamı, tarihi yapıları, konakları, arkeolojik

sit alanları ve termal kaynakları ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Ayrıca, çevre ilere ve önemli turizm destinasyonlarına (Hattuşaş ve Kapadokya) yakınlığı sebebiyle önemli geçiş alanlarından biridir. Gelecekte tamamlanacak olan hızlı tren ve havalimanı ile birlikte bölgedeki önemli turizm destinasyonlarından biri olacağı öngörülmektedir.

Veri Toplama ve Çözümleme Süreci

Araştırma amacı doğrultusunda az gelişmiş destinasyonda yerel halkın turizm gelişimine desteği ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi için nicel teknikler tercih edilmiş ve bu değişkenlerle ilgili ifadeleri içeren anket formu ile veri toplama süreci yürütülmüştür. Anket formu üç bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, yerel halkın turizme yönelik olumlu (11 ifade) ve olumsuz (11 ifade) algıları ölçülmüştür (Bhat ve Mishra 2020). Bölgede turizm gelişmediği için, ifadeler katılımcılara "turizmin gelişmesi" şeklinde dönüştürülerek sorulmuştur. Örneğin, "Turizmin gelişmesi bölgede istihdam fırsatlarını artırır." İkinci bölümde ise yaşam kalitesi memnuniyeti ölçeği üç ifade (Eslami vd. 2019), topluluğa bağlılık ölçeği beş ifade (Choi ve Murray 2010; Eslami vd. 2019) ve turizme destek ölçeği ise beş ifade (Çelik ve Rasoolimanesh 2021) ile ölçülmüştür. Bütün ifadeler, 5'li Likert tipi derecelendirme ile (1=Kesinlikle katılmıyorum; 5=Kesinlikle katılıyorum) ölçülmüştür. Son bölümde ise katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Kullanılan ölçeklerin kültürlerarası geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmış olup ilgili alanda sıklıkla kullanılmaktadır. Bu araştırma kapsamında ölçekler Türkçe'ye çevrilmiş ve alanında uzman üç akademisyenin görüşü alınmıştır. Ardından, 45 kişi üzerinde pilot test yapılmış ve ölçeklerin güvenilirliğinin istenilen düzeyde olduğu tespit edilmiş, bu sebeple anket formundan herhangi bir ifade çıkarılmadan veri toplanması uygun görülmüştür.

Araştırma evrenini, Yozgat'ta ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'na göre, 2020 yılında Yozgat'ta ikamet edenlerin sayısı toplamda 419.095 kişidir. Örneklem büyüklüğü bu sayı üzerinden hesaplan-

mıştır. Kozak'a (2014) göre yüzde 95 güvenilirlik düzeyinde ve evrenin heterojen dağıldığı varsayıldığında 384 katılımcıdan oluşan örneklem araştırma için yeterlidir. Evrene ulaşmak güç olduğundan, kolayda örneklem ve kartopu örnekleme yöntemiyle veri toplanmıştır. Veriler, COVID-19 salgını nedeniyle 16 – 20 Şubat 2021 tarihinde çevrim içi olarak düzenlenen soru formu aracılığı ile anket tekniğiyle toplanmıştır. Toplamda, 550 anket çevrimiçi olarak bölgede ikamet eden ve turizm hakkında bilgi sahibi olan katılımcılara gönderilmiştir. Katılımcıların turizm hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını anlamak için anketin başında turizm faaliyetine katılıp katılmadıkları veya bilgileri olup olmadıkları sorulmuştur. Fakat turizm ile bilgisi olmadığı halde anketi dolduran katılımcılar tespit edilmiş ve analizden çıkarılmıştır. Sonuç olarak, toplamda 457 anket veri analizine dahil edilmiştir.

Araştırma verilerinin analizinde, katılımcıların demografik bilgilerini sunmak ve açıklayıcı faktör analizi yapabilmek adına IBM SPSS İstatistik 24 programı kullanılırken, yapısal modeli test edebilmek için ise Smart-PLS 3 programı kullanılmıştır. Ölçüm ve yapısal model kısmi en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiştir.

BULGULAR

Öncelikle katılımcıların demografik bilgilerine yönelik bulgular ortaya koyulmuştur. Ardından ölçüm modeli incelenerek önerilen yapısal model testinden elde edilen bulgular sunulmuştur.

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcıların demografik bilgileri incelendiğinde, çoğunluğun 26-35 yaş aralığında (yüzde 40,5), yüzde 53,2'sinin kadın ve yüzde 57,5'in evli olduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların çoğunluğunun eğitim seviyelerinin lise ve üzeri olduğu saptanmıştır. Gelir seviyelerinin genellikle 4.001 – 6.000 TL (yüzde 38,5) ve 6.001 TL ve üzeri (yüzde 27,4) aralığında olduğu görülmektedir. Son olarak, katılımcıların çoğu 11 – 15 yıl (yüzde 52,5) boyunca Yozgat'ta ikamet etmektedir.

Açıklayıcı Faktör Analizi

Araştırmanın veri toplama aracında kullanılan ölçekler farklı çalışmalardan alındığı için, ölçeklere açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Öncelikle, faktör analizine uygunluğu test edebilmek için, bütün yapıların örneklem yeterliliği Kaiser-Meyer Olkin (KMO) testi ile ölçülürken değişkenler arasındaki anlamlılığı test edebilmek için ise Bartlett Küresellik Testi kullanılmıştır. Tablo 1'de bütün yapılarla ilişkin değerlere bakıldığında, KMO değerlerinin örneklem yeterliliği açısından uygun olduğu ve Bartlett testine göre değişkenler arasında anlamlı ve yüksek düzeyde ilişki olduğu ortaya koyulmuştur. Bu testlere göre, veri setinin açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

Açıklayıcı faktör analizinde, her bir ölçek faktör analizine tabi tutulmuştur. Buna göre, faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olanlar ve öz değeri 1'in üzerinde olanlar seçilmiştir (Alpar 2020). Bu doğrultuda, Tablo 1'de gösterildiği gibi turizmin algılanan olumsuz etkilerinden iki ifade (12. ve 17. ifadeler) faktör yükleri 0,40'ın altında olduğu için faktör analizine dâhil edilmemiştir. Ayrıca, açıklanan varyans oranları istenilen düzeyde olduğundan, araştırmanın bir sonraki aşaması olan ölçüm modeli test edilmiştir.

Ölçüm Modeli

Bu çalışmada, ölçeklerin ayırt edici ve yakınsak geçerliği ile ifadelerin tutarlılığını kontrol edebilmek için ölçüm modeli test edilmiştir. Tablo 1'e göre, bütün standardize edilmiş faktör yükleri, Bagozzi ve diğerlerinin (1991) önerdiği üzere 0,50'nin üzerindedir. İç tutarlılığı ölçebilmek adına, bileşik güvenilirlik, Cronbach'ın Alfası ve rho_A değerlerinden faydalanılmıştır. Tablo 1'de gösterildiği üzere, bileşik güvenilirlik katsayıları 0,912 – 0,947 aralığında değişkenlik göstermektedir. Chin (2010) bu değerlerin 0,70'in üzerinde olduğunda ölçüm modelinin yeterli olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca, Cronbach Alfa katsayıları da 0,85 – 0,94 aralığında olup modelin yeterince güvenilir olduğunu göstermektedir (Taber 2018). Son olarak, rho_A değerlerinin 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada yapılarla ait değerlerin bu oranın üzerinde

Tablo 1. Açıklayıcı Faktör Analizi ve Ölçüm Modeli Sonuçları

Yapı/İfadeler	Açıklayıcı Faktör Analizi				Ölçüm Modeli			
	FY	Ö	AV (%)	CA	SFY	rho_A	CR	AVE
Turizmin Algılanan Olumlu Etkileri		6,830	62,09	0,94		0,943	0,947	0,620
1	0,715				0,711			
2	0,733				0,717			
3	0,858				0,849			
4	0,793				0,783			
5	0,851				0,856			
6	0,839				0,836			
7	0,842				0,840			
8	0,840				0,841			
9	0,752				0,759			
10	0,692				0,702			
11	0,729				0,746			
Kaiser–Meyer–Olkin: 0,935 Bartlett Küresellik Testi; 3674,886								
Turizmin Algılanan Olumsuz Etkileri		4,979	55,33	0,90		0,917	0,915	0,550
12	[sil]				-			
13	0,520				0,522			
14	0,591				0,551			
15	0,803				0,814			
16	0,789				0,810			
17	[sil]				-			
18	0,816				0,830			
19	0,813				0,823			
20	0,712				0,712			
21	0,831				0,824			
22	0,755				0,711			
Kaiser–Meyer–Olkin: 0,894 Bartlett Küresellik Testi; 2210,199								

Tablo 1. Açıklayıcı Faktör Analizi ve Ölçüm Modeli Sonuçları (Devam)

Yapı/İfadeler	Açıklayıcı Faktör Analizi				Ölçüm Modeli			
	FY	Ö	AV (%)	CA	SFY	rho_A	CR	AVE
Topluluğa bağlılık		3,671	73,41	0,91		0,915	0,932	0,732
23	0,867				0,844			
24	0,914				0,908			
25	0,761				0,794			
26	0,897				0,882			
27	0,837				0,845			
Kaiser–Meyer–Olkin: 0,887 Bartlett Küresellik Testi; 1526,552								
Genel Yaşam Kalitesi		2,327	77,58	0,85		0,856	0,912	0,776
28	0,859				0,857			
29	0,911				0,910			
30	0,871				0,875			
Kaiser–Meyer–Olkin: 0,714 Bartlett Küresellik Testi; 628,397								
Turizme Destek		3,414	68,27	0,88		0,884	0,915	0,682
31	0,779				0,786			
32	0,856				0,861			
33	0,770				0,779			
34	0,887				0,878			
35	0,834				0,822			
Kaiser–Meyer–Olkin: 0,791 Bartlett Küresellik Testi; 1406,996								
Açıklama: FY (Faktör Yüğü); Ö (Özdeğer); AV (Açıklanan Varyans); CA (Cronbach Alfa); SFY (Standardize Edilmiş Faktör Yüğüleri); CR (Bileşik Güvenirlik); AVE (Ortalama Açıklanan Varyans); [sil]: Silinen ifade.								

Tablo 2. Heterotrait-Monotrait Oranı Değerleri

Yapılar	1	2	3	4	5
Turizmin Olumlu Etkileri					
Turizmin Olumsuz Etkileri	0,534				
Topluluğa bağlılık	0,184	0,459			
Genel Yaşam Kalitesi	0,101	0,139	0,100		
Turizme Destek	0,641	0,409	0,206	0,167	

olduğu görülmüştür. Böylece, bu çalışmanın iç tutarlılığının sağlandığı söylenebilir.

Yakınsak geçerliği sağlayabilmek için AVE (Ortalama Açıklanan Varyans) değerinden yararlanılmıştır. Chin'e (2010) göre bu değerlerin eşik değeri 0,50 olarak belirlenmiş olup bu çalışmadaki yapılara ait AVE değerlerinin (0,550-0,776) bu değer üzerinde olduğu görülmüştür. Ayırt edici geçerlilik ise Heterotrait-Monotrait (HTMT) oranı ile sağlanmıştır. Oldukça yeni bir metot olan HTMT oranı son yıllarda sıklıkla kullanılan yöntemlerden biridir (Henseler vd. 2015). HTMT oranlarının 0,9'dan küçük olması beklenmekte-

dir ve Tablo 2'ye bakıldığında bütün değerlerin 0,9'dan küçük olduğu görülmektedir. Böylelikle, veri toplama aracında kullanılan yapılar arasındaki ilişkilerin varlığı ortaya koyulmaktadır

Yapısal Model

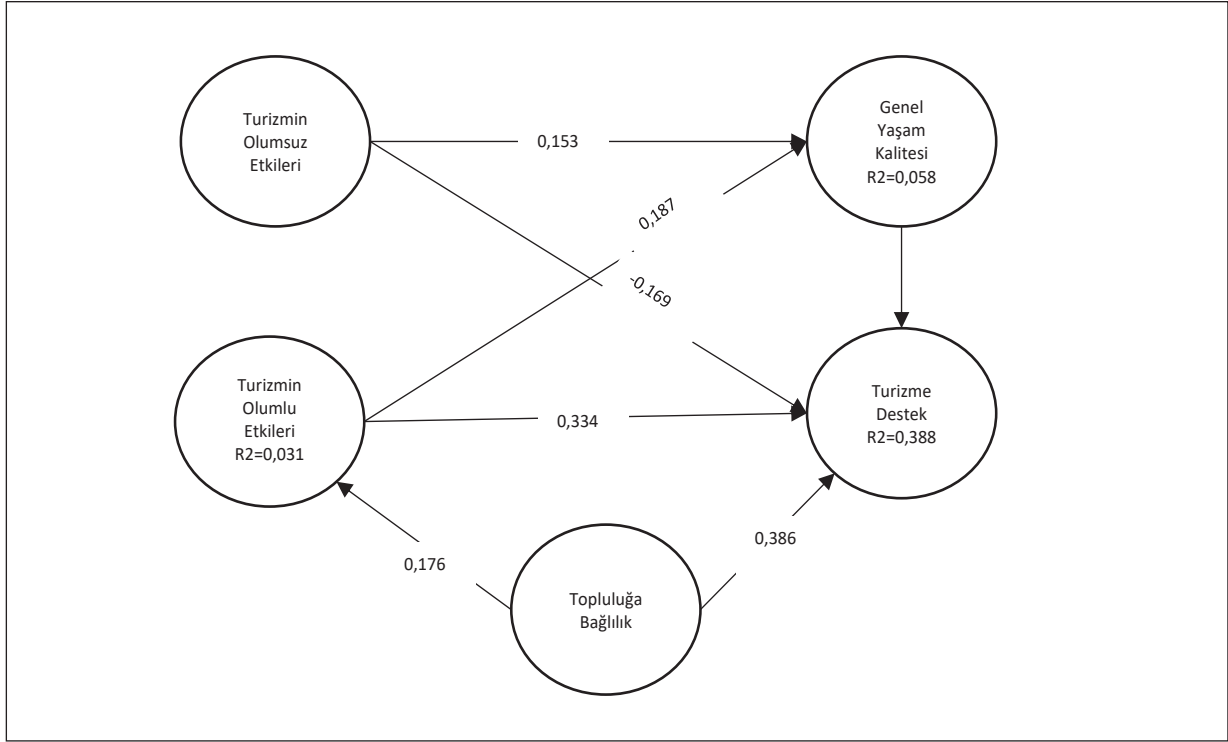
Araştırmanın yapısal modeli, ölçüm modelinde test edilen sonuçlara göre analiz edilebilir. Buna göre, araştırmada kurulan model (Şekil 1) test edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3 ile Şekil 2'de gösterilmektedir. Yapısal modelden elde edilen bulgulara göre, topluluğa bağlılık ve genel yaşam kalitesi algısının belirleme katsayıları (R^2)

Tablo 3. Hipotez testleri

Hipotezler	β	SD	t-değeri	P	Sonuç
TOE→TD	0,334	0,053	6,339	0,000	Kabul (H1 _A)
TOZE→TD	-0,169	0,047	3,576	0,000	Kabul (H2 _A)
TOE→GYK	0,187	0,049	3,815	0,000	Kabul (H3 _A)
TOZE→GYK	0,153	0,056	2,749	0,006	Kabul (H4 _A)
GYK→TD	0,106	0,053	2,011	0,045	Kabul (H5 _A)
TB→TOE	0,176	0,056	3,154	0,002	Kabul (H6 _A)
TB→TD	0,386	0,053	7,290	0,000	Kabul (H7 _A)

R^2 (Turizmin olumlu etkisi) = 0,031; R^2 (Turizme destek) = 0,388; R^2 (Genel Yaşam Kalitesi) = 0,058

Açıklama: TOE (Turizmin Olumlu Etkileri); TOZE (Turizmin Olumsuz Etkileri); GYK (Genel Yaşam kalitesi); TB (Topluluğa Bağlılık); TD (Turizme Destek).



Şekil 2. Yapısal Model Sonuçları

istenilen etki düzeyine sahip değildir. Fakat turizme desteğin oranı Hair ve diğerlerinin (2016) önerdiği 0,20 eşik düzeyinin üzerindedir. Bunun dışında, araştırmada modelin uyum değerlendirilmesinin sağlanabilmesi için kestirimsel uygunluk, Stone-Geisser'in Q2 değeri Tahmin Gücü Analizi (Blindfolding) ile hesaplanmıştır. Hair ve diğerleri (2016) bu değerlerin sıfırdan büyük olması gerektiğini belirtmiştir. Bu araştırmada, bütün değerlerin sıfırdan büyük olduğu hesaplanmıştır [Q2 (Turizmin Olumlu Etkisi) = 0,018; Q2 (Turizme Destek) = 0,254; Q2 (Genel Yaşam Kalitesi) = 0,040].

Araştırmada sunulan hipotezlerin anlamlılık düzeylerini test edebilmek için mevcut veri setinin artırılmasına yardımcı olan 5.000 örnekli ön yükleme (Bootstrap) tekniği (Hair vd. 2016) uygulanmıştır. Bu sonuçlar da Tablo 3'te ve Şekil 2'de sunulmaktadır. Buna göre, belirlenen yedi hipotezin hepsi kabul edilmiştir. Yozgat ili az gelişmiş bir destinasyon olduğundan araştırmanın bulguları da bu gelişimin olması halinde ortaya çıkacak algılar olarak yorum-

lanmaktadır. Bu doğrultuda ilde turizmin gelişmesi halinde, yerel halkın algıladığı olumlu ($\beta=0,334$, t-değeri=6,339) ve olumsuz ($\beta=-0,169$, t-değeri=3,576) turizm etkileri, turizm gelişimine yönelik desteği etkileyecektir. Ayrıca, yerel halkın algıladığı olumlu ($\beta=0,187$, t-değeri=3,815) ve olumsuz ($\beta=0,153$, t-değeri=2,749) turizm etkileri genel yaşam kaliteleriyle ilgili algılarını etkileyecektir. Araştırma bulgularına göre, genel yaşam kalitesinde yaşanan değişim, turizme desteği ($\beta=0,106$, t-değeri=2,011) etkileyecektir. Son olarak, yerel halkın topluluğa bağlılığı ise yerel halkın algıladığı olumlu turizm etkilerini ($\beta=0,176$, t-değeri=3,154) ve turizm gelişimine desteği ($\beta=0,386$, t-değeri=7,290) etkileyecektir.

SONUÇ

Türkiye'de destinasyonların sahip oldukları doğal ve kültürel çekiciliklere göre turizm gelişimi ülke genelinde farklı bölgelere yayılmakta, turizm gelişim aşamaları ise her destinasyona göre farklılık göstermektedir. Her ne kadar farklı aşamada olsa da yerel halkın turizme yönelik

alguların incelenmesi turizm gelişimi açısından ve yerel halkın desteğini alabilmek için oldukça önemlidir. Araştırma bulgularına göre, yerel halkın algıladığı turizmin olumlu etkileri turizm gelişimine yönelik desteği olumlu olarak etkilerken, olumsuz etkiler ise turizm gelişimine verilen desteği olumsuz olarak etkilemektedir. Bu sonuçlar, Sosyal Değişim Teorisinin “fayda” ve “maliyet” ilkesini desteklemektedir. Buna göre, yerel halk turizmden fayda sağladığı ölçüde turizme katkı sunarken turizmin maliyetlerinin fayda ilkesinden fazla olduğunu hissettiği oranda da turizme desteğini sunmamaktadır. Bu bulgu, hem gelişmiş destinasyonlarda yapılan çalışmalarındaki (Perdue vd. 1990; Ap 1992; Gursoy vd. 2002; Nunkoo ve Ramkissoon, 2011a; Nunkoo ve Gursoy 2012; Sharpley 2014), hem de az gelişmiş destinasyonlarda yapılan çalışmalarındaki (Rasoolimanesh ve Jaafar 2016; Çelik ve Rasoolimanesh 2021) bulguları desteklemektedir.

Ayrıca bu çalışmada ortaya koyulan, yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik algularının genel yaşam kalitesini algısı üzerindeki etkisi de, diğer çalışmaların bulgularıyla benzeşmektedir (Andereck ve Nyaupane 2011; Khizindar 2012; Moscardo 2009; Guo vd. 2014; Woo vd. 2015; Su vd. 2018). Son olarak, yerel halkın algılanan genel yaşam kalitesine ilişkin memnuniyet düzeyinin turizm gelişimine desteği etkilediği yönündeki bulgu da, önceki araştırmaları teyit etmektedir (Andereck vd. 2007; Andereck ve Nyaupane 2011; Woo vd. 2015; Eslami vd. 2019). Turizm yazınında, topluluğa bağlılık düzeyi turizme desteği ve turizmin olumlu etkilerine yönelik algıyı etkilemektedir (Brehm vd. 2004; Choi ve Murray 2010; Eslami vd. 2019). Bu araştırmanın bu bağlamdaki bulgusu da önceki çalışmaları desteklemektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar incelendiğinde, az gelişmiş destinasyonlarda yerel halkın genel olarak turizme yönelik olumlu algı içerisinde olduğu ve turizm gelişimini desteklediği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, destinasyonda bulunan yerel yönetimlerin, turizm yatırımlarına imkân tanırken, turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini göz önünde bulundurmaları önemlidir. Çünkü en önemli paydaşlardan biri olan yerel halkın turizmin gelişimine destek vermesinin ko-

şullarının, nedeninin, algılanan bu etkilere bağlı olduğu önceki çalışmalarda da görüldüğü gibi bu çalışmada da ortaya konmuştur. Bu durum, turizm gelişiminde başlangıç aşamasında olan destinasyonların sürdürülebilirliği açısından önemlidir.

Bu çalışmanın Yozgat ilinde yapılması, en önemli sınırlılıklardan biridir. Gelecek çalışmalarda, bu etki düzeylerinin turizmin farklı aşamalarında olan destinasyonlarda uygulanmasıyla daha kapsayıcı bir çerçeve sunulabilir ve turizmin sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunulabilir. Ayrıca, bu çalışma nicel tekniklerle yürütülmüştür. Sonraki araştırmalarda az gelişmiş destinasyonlarda turizmin gelişmesi için yerel halkın bakış açılarını daha ayrıntılı ele alan ve turizme yönelik bilgilerinin düzey ve içeriğini irdeleyen nitel araştırma yöntemleri de verimli sonuçlar sunacaktır. Son olarak, bu çalışmanın yapısal modelinde test edilen değişkenler, çalışmaya özgü olduğundan, bu modelin farklı illerde farklı değişkenler (örnek: yer kimliği) eklenerek test edilmesi, yerel halkın turizme yönelik desteğini anlamak açısından bütüncül bir bakış açısı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Alpar, R. (2020). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents, *Journal of Travel Research*, 50 (3): 248–260.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. ve Knopf, R. C. (2007). A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5): 483–502.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 665–690.
- Ap, J. ve Crompton, J. L. (1998). Developing and Testing a Tourism Impact Scale, *Journal of Travel Research*, 37 (2): 120–130.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y. ve Phillips, L. W. (1991). Assessing Construct Validity in Organizational Research, *Administrative Science Quarterly*, 36 (3): 421–458.
- Bhat, A. A. ve Mishra, R. K. (2020). Demographic Characteristics and Residents' Attitude Towards Tourism Development: A Case of Kashmir Region, *Journal of Public Affairs*, 21 (2), e2179.
- Brehm, J. M., Eisenhauer, B. W. ve Krannich, R. S. (2004). Dimensions of Community Attachment and Their Relationship to Well-Being in the Amenity-Rich Rural West, *Rural Sociology*, 69 (3): 405–429.

- Chen, C. F. ve Chen, P. C. (2010). Resident Attitudes toward Heritage Tourism Development, *Tourism Geographies*, 12 (4): 525-545.
- Chin, W. W. (2010). How to Write Up and Report PLS Analyses. İçinde; V. Vinzi, W. Chin, J. Henseler ve H. Wang (Editörler) *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Application* (ss. 645-689). Berlin: Springer.
- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010). Resident Attitudes Toward Sustainable Community Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (4), 575-594.
- Çelik, S. ve Rasoolimanesh, S. M. (2021). Residents' Attitudes towards Tourism, Cost-Benefit Attitudes, and Support for Tourism: A Pre-development Perspective, *Tourism Planning & Development*, 1-19.
- Çizcek, D. ve Sarı, Y. (2018). Yerel Halkın Turizme Olan Desteği: Türkiye'deki Sakin Şehirler Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (2): 185-196.
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D. ve Han, H. (2019). Community Attachment, Tourism Impacts, Quality of Life and Residents' Support for Sustainable Tourism Development, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36 (9): 1061-1079.
- Guo, Y., Kim, S. ve Chen, Y. (2014). Shanghai Residents' Perceptions of Tourism Impacts and Quality of Life, *Journal of China Tourism Research*, 10 (2): 142-164.
- Gursoy, D., Jurovski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach, *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 79-105.
- Gursoy, D. ve Nunkoo, R. (2019). *The Routledge Handbook of Tourism Impacts: Theoretical and Applied Perspectives*. Londra: Routledge.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C. ve Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.
- Harrill, R. ve Potts, T. D. (2003). Tourism Planning in Historic Districts: Attitudes toward Tourism Development in Charleston, *Journal of the American Planning Association*, 69 (3): 233-244.
- Henseler, J., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43 (1): 115-135.
- Kervankiran, İ. ve Eteman, F. S. (2020). Turizm ve Bölgesel Gelişme: Türkiye'de İllerin Turizm Gelişmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 29 (2): 125-140.
- Khizindar, T. M. (2012). Effects of Tourism on Residents' Quality of Life in Saudi Arabia: An Empirical Study, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21 (6): 617-637.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Liang, Z., Luo, H. ve Bao, J. (2021). A Longitudinal Study of Residents' Attitudes toward Tourism Development, *Current Issues in Tourism*, 1-15.
- Mccool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development, *Journal of Travel Research*, 32 (3): 29-34.
- Moscardo, G. (2009). Tourism and Quality of Life: Towards a More Critical Approach, *Tourism and Hospitality Research*, 9 (2): 159-170.
- Nunkoo, R. ve Gursoy, D. (2012). Residents' Support for Tourism. An Identity Perspective, *Annals of Tourism Research*, 39 (1): 243-268.
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2011a). Developing a Community Support Model for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (3): 964-988.
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2011b). Residents' Satisfaction with Community Attributes and Support for Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 35 (2): 171-190.
- Nunkoo, R., Smith, S. L. J. ve Ramkissoon, H. (2013). Residents' Attitudes to Tourism: A Longitudinal Study of 140 Articles from 1984 to 2010, *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (1): 5-25.
- Obradović, S. ve Stojanović, V. (2021). Measuring Residents' Attitude Toward Sustainable Tourism Development: A Case Study of the Gradac River gorge, Valjevo (Serbia), *Tourism Recreation Research*, 1-13.
- Perdue, R. R., Long, P. T. ve Allen, L. (1990). Resident Support for Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 17 (4): 586-599.
- Rasoolimanesh, S. M. ve Jaafar, M. (2016). Residents' Perception Toward Tourism Development: a pre-development perspective, *Journal of Place Management and Development*, 9 (1): 91-104.
- Sharpley, R. (2014). Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research, *Tourism Management*, 42: 37-49.
- Su, L., Huang, S. ve Huang, J. (2018). Effects of Destination Social Responsibility and Tourism Impacts on Residents' Support for Tourism and Perceived Quality of Life, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42 (7): 1039-1057.
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education, *Research in Science Education*, 48 (6): 1273-1296.
- Tosun, C. (2006). Expected Nature of Community Participation in Tourism Development, *Tourism Management*, 27 (3): 493-504.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1987). Measuring Resident's Attachment Levels in A Host Community, *Journal of Travel Research*, 26 (1): 27-29.
- Woo, E., Kim, H. ve Uysal, M. (2015). Life Satisfaction and Support for Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 50: 84-97.
- Yoon, Y., Gursoy, D. ve Chen, J. S. (2001). Validating a Tourism Development Theory with Structural Equation Modelling, *Tourism Management*, 22 (4): 363-372.

Az Gelişmiş Bir Destinasyonda Yerel Halkın Turizme Yönelik Desteği: Yozgat Örneği



Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2014). Yüksek lisans derecesini İstanbul Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan (2016), doktora derecesini de İstanbul Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan aldı (2020). Yozgat Bozok Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2015). Ayrıca, Öğretim Elemanı Yetiştirme Kapsamında İstanbul Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı (2015-2017). Halen Yozgat Bozok Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, destinasyon pazarlaması, turist deneyimi ve turistlerin kalış süresidir.

Çevrimiçi Oyunların Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi

The Effect of Online Games on Vacation Purchase Intention

Yasin Emre OĞUZ*, Mustafa Çağatay KIZILTAŞ **, Veysel YILMAZ***

* (Sorumlu Yazar), Arş. Gör, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi, Meşelik Kampüsü, Prof. Dr. Nabi Avcı Bulvarı No: 4, 26040, Odunpazarı, Eskişehir.

E-posta: yeoguz@ogu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2139-4278

** Öğr, Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, Divriği Nuri Demirağ Meslek Yüksekokulu, Selavattepe Mevkii, 58300, Divriği, Sivas.

E-posta: cagataykizlts@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2194-6041

*** Prof. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Meşelik Kampüsü, Prof. Dr. Nabi Avcı Bulvarı No:4, 26040, Odunpazarı, Eskişehir.

E-posta: vyilmaz@ogu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3249-8961

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 15 Nisan 2021

Düzeltilme: 21 Haziran 2021

Düzeltilme: 27 Temmuz 2021

Düzeltilme: 7 Eylül 2021

Kabul: 214 Eylül 2021

Anahtar sözcükler: Çevrimiçi oyunlar, Tatil satın alma niyeti, Yapısal eşitlik modellemesi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 15 April 2021

Resubmitted: 21 June 2021

Resubmitted: 27 July 2021

Resubmitted: 7 September 2021

Accepted: 14 September 2021

Key words: Online games, Vacation purchase intention, Structural equation modeling.

GİRİŞ

21. yüzyıl ile birlikte teknoloji radikal bir şekilde değişim ve gelişim göstermiştir. Bu değişim ve gelişim sonucu ortaya çıkan teknolojik devrim, tüm sektörler üzerinde etkili olmuştur. Bu sektörlerden biri de turizm sektörüdür. Teknolo-

ÖZ

Teknolojide yaşanan ilerlemeler ile birlikte çevrimiçi oyun endüstrisi de son yıllarda ciddi bir gelişim göstermiştir. Özellikle Covid-19 pandemisi döneminde karantina süreçlerinin başlamasıyla birlikte çevrimiçi oyunlara olan ilgi daha da artmış ve dünya genelinde çevrimiçi oyuncu sayısı yaklaşık 2,6 milyara ulaşmıştır. Çevrimiçi oyunlar içerisinde birebir aynı veya çok benzer şekilde gerçek mekanlar da kullanılmaktadır. Bu araştırmanın çıkış noktasını da çevrimiçi oyunlarda yer alan gerçek mekanların yarattığı deneyimin, çevrimiçi oyunlar üzerinden kurulan iletişimin ve çevrimiçi oyun bağımlılığının tatil satın alma niyeti yaratıp yaratmadığının incelenmesi oluşturmaktadır. Nicel yöntemin kullanıldığı bu çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Alanyazında yer alan çalışmalara dayanan anket formu 750 katılımcıya uygulanmıştır. Araştırmanın ilk bölümünde ilgili alanyazın taranmış, ikinci bölümünde ise yapısal eşitlik modellemesi kurularak ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonucunda çevrimiçi oyunlara yönelik iletişim, bağımlılık ve deneyim faktörlerinin tatil satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle önerilen model kabul edilmiştir.

ABSTRACT

Advancements in technology have also influenced the game industry. Especially Covid-19 restrictions forced people to stay home and this lead to an increase in the interest in online games. As a result of this, it is estimated that there are 2,6 billion gamers throughout the world. Online games usually contain the structure of real places or metaverses. Therefore, this study focuses on the influence of real place experiences, communication and addiction in online games on users' intention to purchase a vacation. The study utilized a quantitative method and data was collected through a survey. A questionnaire form derived from previous literature was filled by 750 participants. A literature review was conducted in the first part of the study. In the second part relationships between variables are examined through the structural equation method. Findings revealed that communication, addiction and experience factors have a significant positive impact on vacation purchase intention. Therefore, the proposed model was accepted.

jide yaşanan gelişimler turizm işletmeleri ve tüketiciler arasındaki etkileşimi desteklemekte ve destinasyonların yönetim ve pazarlama süreçlerinin yeniden düzenlenmesine neden olmaktadır (Buhalis ve Law 2008). Özellikle internetin yaygınlaşması tüketicilerin sosyalleşme ve eğlenme

davranışlarını da etkilemiş ve bu davranışlarda değişiklikler meydana getirmiştir (Dindar ve Akbulut 2014). İnternetin her eve girmesi ile birlikte dünyanın her yerinden insanlar arasında bağlantı ve etkileşim de artış göstermiştir. Ayrıca sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler de insanların internet aracılığıyla yapabildikleri deneyimlerin ve etkileşimlerin sayısını artırmıştır (Yung ve Khoo-Lattimore 2020). Bu etkileşimlerden biri de çevrimiçi oyunlar aracılığıyla gerçekleşen etkileşimdir. Çevrimiçi oyunlar sadece kullanıcılar arasında popüler olmakla kalmayıp izleyiciler açısından da bir piyasa oluşturmayı başarmıştır. Bunun en önemli nedeni çevrimiçi oyunların aynı zamanda e-spor türü içinde de değerlendirilmesidir. E-spor elektronik sporun kısaltması olarak kullanılmaktadır. E-spor genellikle farklı oyunlar, aşamalar, ligler ve turnuvalar tarafından organize edilen ve oyuncuların genellikle çeşitli ticari kuruluşlar tarafından desteklediği profesyonel veya amatör olarak gerçekleştirilen çevrimiçi oyunları kapsamaktadır (Hamari ve Sjöblom 2017). E-spor diğer spor dallarında olduğu gibi gerçeğe yakın bir rekabet deneyimi sunmaktadır. Bu nedenle de özellikle gençler arasında oldukça popüler bir rekreasyonel aktivite haline gelmiştir (Adamus 2012: 477).

E-spor da futbol, basketbol, voleybol, tenis, yüzme gibi geleneksel sporlara benzer şekilde çeşitli organizasyonlara, liglere ve turnuvalara sahiptir. Yine geleneksel sporlarda olduğu gibi oyuncular bu aktivitelerden para da kazanmaktadır. Gençlerin de yoğun ilgisi ile birlikte e-spor endüstrisi günden güne küresel hale gelen büyük bir endüstri olarak ifade edilmektedir (Hamari ve Sjöblom 2017). Ayrıca e-spor endüstrisine yapılan sponsorluk meblağları geleneksel sporlarla da rekabet edebilir bir seviyeye ulaşmıştır. Bu popülerliğin ise sürekli bir biçimde artarak devam edeceği ön görülmektedir (Chen 2015). Çevrimiçi oyunlar dünya çapında sanal olarak bağlantıların ve arkadaşlıkların kurulması anlamında farklı bölgelerden milyonlarca kullanıcıya ev sahipliği yapmaktadır. Bu nedenle hem önemli bir rekreasyon aktivitesi (Trepte, Reinecke ve Juechems 2012) hem de sanal dünyadaki en popüler eğlence uygulaması olarak kabul edilmektedir (Chen 2010).

2020 yılı itibarıyla dünya genelinde yaklaşık olarak 2,6 milyar kişinin çevrimiçi oyun oynadığı bilinmektedir (Statista 2020). Bu sayı yaklaşık olarak dünya nüfusunun üçte birine karşılık gelmektedir. Bu araştırmada da çevrimiçi oyunlarda kullanılan gerçek veya gerçeğinden ilham alınmış mekânların yarattığı deneyim hissini, çevrimiçi oyunlar üzerinden kurulan iletişimin ve çevrimiçi oyun bağımlılığının tatil satın alma niyeti yaratıp yaratmadığı sorusuna cevap aranmaktadır. Özellikle gerçek destinasyonlardan yararlanılarak oluşturulan oyun haritalarının, oyuncuların bu bölgelere yönelik ziyaret etme niyetlerine etkileri incelenmiştir. Alanyazın incelendiğinde çevrimiçi oyunların turizme etkileri ile ilgili çok fazla çalışma olmadığı görülmüştür. Bu araştırmayla da alanyazındaki bu boşluk doldurulmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu durum hem araştırmacının önemini hem de özgün değerini oluşturmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın kuramsal çerçeve başlığı altında öncelikle çevrimiçi oyunlar ve tatil satın alma niyeti kavramları açıklanmıştır. Devamında hipotezler ve araştırma modeli üzerinde durulmuştur.

Çevrimiçi Oyunlar

Çevrimiçi oyunlar, genellikle kullanıcıların hayal kurmalarını ve eğlenmelerini sağlayan çok oyunculu ve internet tabanlı oyunlar olarak ifade edilmektedir. Çevrimiçi oyunların en önemli özelliği fiziksel olarak aynı ortamda bulunmayan dünyanın dört bir yanından insanların arasında bir iletişim yaratmasıdır (Lee 2009). 2000'li yılların başından beri küresel anlamda hızla büyüyen oyunlar ve oyun şirketleri ilk zamanlarında sadece belirli yaş grubuna hitap eden bir eğlence faktörü olarak kabul edilmekteydi (Lee vd. 2004). Ancak günümüzde dünyanın her yerinden ve her yaş grubundan insan tarafından rağbet gören bir hal almıştır (Liao vd. 2020). Hızla büyüyen çevrimiçi oyun sektörü kısa zamanda milyar dolarlık bir sektör haline gelmiştir (Meagher ve Teo 2005: 457). Günümüzde ise bu artış daha da hızlanmış bir durumdadır. Çevrimiçi oyunlar artık bir kül-

tür haline gelmiş (Reer ve Krämer 2014; Gong vd. 2020) ve en popüler rekreasyon aktivitesine dönüşmüştür (Chen 2010; Deleuze vd. 2017).

Çevrimiçi oyunların bir fenomen haline dönüşmesi oyuncuların yanı sıra izleyicilerin sayısının da artmasını sağlamıştır (Hyeong vd. 2020). Bilgisayarlar ve mobil telefonlar vasıtasıyla internet tabanlı oynanan oyunlar oyun firmalarının piyasa değerlerini de ciddi şekilde artırmıştır (Hsu ve Lu 2004; Gray vd. 2018). Son yıllarda en büyük eğlence sektörü haline gelen çevrimiçi oyun endüstrisi, müzik ve sinema endüstrilerini geride bırakarak yaklaşık olarak 21 milyar dolarlık bir gelir hacmine ulaşmıştır (Statista 2020). Böylece kâr potansiyeli yüksek olan bir sektör haline de gelmiştir (Lee vd. 2004; Teng 2017).

Yaygın olarak oyuncuların birbiriyle bireysel ve takım halinde rekabet etmesine olanak sağlayan çevrimiçi oyunlar kendi içerisinde de farklılaşmaktadır (Hsu ve Lu 2004). Bunların başında birinci şahıs nişancı (FPS) oyunları olarak adlandırılan CS:GO, Valorant ve PUBG gibi oyunlar; çok oyunculu savaş arenası (MOBA) oyunları olarak adlandırılan League of Legends ve Dota gibi oyunlar; çok katılımcılı çevrimiçi rol yapma oyunu (MMORPG) olarak adlandırılan Silkroad Online ve Knight Online gibi oyunlar ve spor oyunları olarak kabul edilen FIFA, PES ve NBA gibi oyunlar gelmektedir. Takım halinde rakip takımın karargahını yok etmeyi amaçlayan MOBA oyunları genelde yoğun rekabete dayanmaktadır fakat oyun süreleri diğer türlere göre daha kısadır (Deleuze vd. 2017; Funk, Pizzo ve Baker 2018). En ünlü MOBA oyunu olan League of Legends dünya genelinde yaklaşık olarak 115 milyon aktif kullanıcıya sahiptir. MMORPG ve FPS oyuncularının oyun oynamaya harcadıkları süreler oldukça fazladır. Spor oyunlarında da geleneksel veya modern sporlar simülasyon sayesinde oynanabilmektedir. Burada da amaç rakiple mücadele ederek ona karşı üstün gelmektir (Jonasson ve Thiborg 2010).

MMORPG türü oyunlar çevrimiçi oyun endüstrisinin en hızlı gelişim gösteren çeşitlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Peng, Sun ve Wu 2009). Dünya çapında milyonlarca oyuncu tarafından kullanılan popüler bir eğlence ve

rekreasyon aktivitesi olarak ifade edilmektedir (Hussain, Williams ve Griffiths 2015). Katılımcılar açısından dijital bir eğlence tarzı haline gelen bu oyun türü (Hsu, Wen ve Wu 2009) karşılıklı ilişkiler ve etkileşim üzerine kuruludur (Choi vd. 2007). Kullanıcı sayısı 50 Milyondan fazla olan bu oyun (Badrinarayanan, Sierra ve Martin 2015), insanların zamanının önemli kısmını geçirdikleri bir fenomen haline gelmiştir (Dindar ve Akbulut 2014). FPS oyunları, oyuncunun ana karakterinin bakış açısını ele aldığı, birinci şahıs nişancı oyunudur. Genelde takım olarak oynanan FPS oyunlarda eylem silahlar üzerinde merkezlenmektedir. Oyuncunun oyunu kazanabilmesi için farklı türde görevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Bu görevler rakip takım oyuncularını öldürmek ya da karşı takım oyuncularının görevlerini yerine getirmesini engellemeye çalışmaktır. Bunu yaparak oyuncu diğer oyuncularla rekabet edebilmektedir (Jonasson ve Thiborg 2010; Kindermann, Javor ve Reuter 2016; Deleuze vd. 2017; Lacka 2020). Çevrimiçi oyunlar ile ilgili alanyazın incelendiğinde çevrimiçi oyunlara yönelik tüketici algılarının genellikle üç boyut altında toplandığı görülmüştür. Bu kavramlar çevrimiçi oyunlardan elde edilen deneyim, çevrimiçi oyunlarla birlikte gelişen iletişim ve çevrimiçi oyun bağımlılığıdır.

Tatil Satın Alma Niyeti

Araştırma kapsamında üzerinde durulan diğer kavram ise tatil satın alma niyetidir. Satın alma niyeti bir ürün veya hizmetin gelecekte satın alınması kararını ifade eden soyut bir kavramdır. Bu soyut özellik nedeniyle satın alma niyeti çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörlerin başında tutum, algılanan kalite ve ürünün özellikleri gelmektedir. Alanyazın incelendiğinde genellikle satın alma niyetine yönelik olarak yapılan çalışmaların algılanan risk, marka imajı, tutum, işletme imajı, hizmet kalitesi gibi değişkenler üzerinden incelendiği görülmüştür (Wu, Yeh ve Hsiao 2011).

Günümüz toplumunda internet kullanımının daha da artması ile birlikte turizm endüstrisi de potansiyel müşteriler ile bağlantı kurma, turistik ürün ve hizmet sunma şeklinde değişiklikle-

re gitmek zorunda kalmıştır. Özellikle çevrimiçi sosyal kanallar aracılığıyla insanların turizm ürün ve hizmetlerini satın alma ve tüketme şekillerinde büyük değişiklikler yaşanmıştır (Pietro ve Pantano 2013). Oyun endüstrisinde yaşanan gelişmeler ile birlikte sanal deneyimlerini gerçek bir deneyime dönüştürmek isteyen oyuncuların tatil satın almaya yönelik ilgilerinin de arttığı görülmüştür. Özellikle son yıllarda yaygınlaşan sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin hem oyunlarla hem de turizmle buluşması çevrimiçi oyunların turizme etkilerini de merak edilir bir hale getirmiştir (Lacka 2020; Yung ve Khoo-Lattimore 2020). Bu çalışmada da tatil satın alma niyeti çevrimiçi oyunlara yönelik bağımlılık, iletişim ve deneyim üzerinden incelenmiştir.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve kullanıcı sayısında yaşanan artışlar nedeniyle önemi daha da artan çevrimiçi oyunlar satın alma niyeti ile ilgili akademik çalışmalara da konu olmaya başlamıştır. Bilgisayar oyunlarının tüketici kararlarına etkileri ile ilgili yapılan ilk çalışmalardan biri Zeren ve Paylar'a (2016) aittir. Bu çalışmada ürün yerleştirilmesi yapılan bir bilgisayar oyununun markaların hatırlanma durumuna ve bunun tüketicilerin tutum ve satın alma niyetlerine etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda oyun içerisinde gördükleri markaların tüketicilerin markalara yönelik satın alma niyetini etkilediği belirlenmiştir. Özellikle oyunda geçirilen sürenin artmasının oyuncuların satın alma niyetleri üzerine etkili olduğu tespit edilmiştir. Çevrimiçi oyunlar ile ilgili önemli bir nokta da yarattıkları bağımlılıklardır. Bu kapsamda Balakrishnan ve Griffiths (2018) tarafından yapılan çalışmada çevrimiçi mobil oyunlara yönelik bağımlılığın oyun içi uygulamaları satın alma niyetine etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda çevrimiçi mobil oyunlara yönelik bağımlılık ile uygulama için satın alma niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: Çevrimiçi oyun bağımlılığının tatil satın alma niyetine pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Çevrimiçi oyunlar ile ilgili temel noktalardan biri de çevrimiçi oyunlardan sağlanan iletişimdir. Çevrimiçi oyun oynayan çoğu kullanıcının temel motivasyonu arkadaşlık ilişkileri geliştirmek ve diğer insanlarla iletişim sağlamaktır (Deleuze vd. 2017). Çevrimiçi oyunlar toplumda popülerlik kazandığından beri etkileşim, sosyalleşme ve ilişki geliştirme aracı olarak kabul edilmektedir. Çevrimiçi oyun oyuncuları, ortak hedeflere ulaşmak için birbirleriyle aktif olarak iletişim ve iş birliği yapma eğilimindedir ve bu sayede oyuncular arasında güçlü bağların oluşması sağlanmış olur (Shin, Jeong ve Park 2021). Büyükbaykal ve Cansabuncu (2020), yaptıkları çalışmada yeni medya ve iletişim teknolojisi olarak çevrimiçi oyunların ortaya çıktığını ve çevrimiçi oyunların yeni medyanın önemli iletişim ortamlarından birini oluşturduğunu savunmuşlardır. Bu kapsamda da aşağıda yer alan hipotezler kurulmuştur:

H2: Çevrimiçi oyunlar aracılığıyla sağlanan iletişimin tatil satın alma niyetine pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Çevrimiçi oyunlarla alakalı önemli bir durum da oyuncuların yaşadıkları deneyimlerdir. Çevrimiçi oyunlarda kullanılan mekânlarda gerçek veya gerçeğinden ilham alınmış şehirler veya bölgeler de kullanılmaktadır. Ayrıca ürün yerleştirme olarak ifade edilebilen ve bilinç altı mesajlarla satın alma kararını etkileyen reklamlar da çevrimiçi oyunlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Bu konuda bir çalışmada oyunlara yapılan ürün yerleştirmeler ve bunun tüketicilerin satın alma davranışına etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda bilgisayar oyunlarına ürün yerleştirme yapılması ile satın alma davranışı arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Alagöz ve Güler 2018). Çevrimiçi oyunlarla ilgili yapılan başka bir çalışmada da turizm pazarlamasında mobil çevrimiçi oyunların etkinliği incelenmiştir. Elsayeh (2020) tarafından yürütülen çalışmada Mısır'da turizm endüstrisi için bir reklam ve pazarlama aracı olarak mobil oyun reklamlarının etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda çevrimiçi oyunların şehir markalaşmasında, turizm pazarlamasında ve şehir entegrasyonunda oldukça etkili oldu-

ğunu tespit edilmiştir. Lacka (2020) tarafından yürütülen araştırmada ise artırılmış gerçekliğin oyunlarda kullanılmasının turizm pazarlamasına etkileri incelenmiştir. Araştırma ile birlikte oyuncuların artırılmış gerçeklik ile elde ettikleri deneyimlerin turizm hareketlerine katılma üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Özellikle şehirlerin ilgi çekici yerlerini sanal olarak deneyimleyen kişilerin bu bölgeleri gerçekte de ziyaret etmek istedikleri ortaya konulmuştur. Bu kapsamda da aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

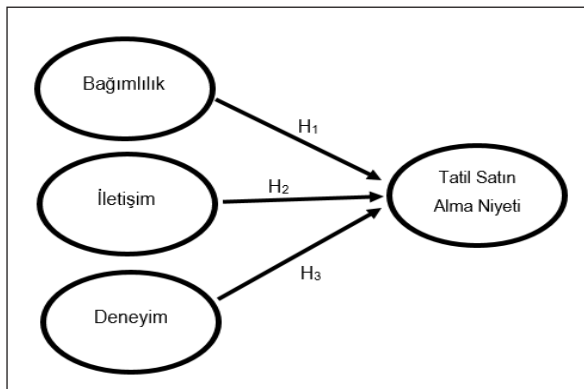
H₃: Çevrimiçi oyunlardan elde edilen deneyimin tatil satın alma niyetine pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Buradan hareketle, çevrimiçi oyunlara yönelik algının alt boyutları olan bağımlılık, iletişim ve deneyim faktörlerinin tatil satın almaya etkisini konu alan bir model belirlenmiştir (Şekil 1).

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Alanyazın incelendiğinde çevrimiçi oyunların tüketicilerin tercihleri üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca alanyazında çevrimiçi oyunların seyahat motivasyonunu artırdığına yönelik çalışmalar da mevcuttur (Zeren ve Paylar 2016; Deleuze vd. 2017; Balakrishnan ve Griffiths 2018; Alagöz ve Güler 2018; Büyükbaykal ve Cansuncu 2020; Elsayeh 2020; Shin, Jeong ve Park 2021). Bu araştırmada da çevrimiçi oyunların tatil satın alma niyetine etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çevrimiçi oyunların tatil satın al-



Şekil 1. Araştırma Modeli

ma niyetine etkisi ile ilgili çok fazla çalışma yapılmamış olması ve çevrimiçi oyun piyasasının her geçen gün daha da büyüyen bir endüstri olması bu araştırmanın önemli olduğunu düşündürmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini çevrimiçi oyun oynayan bireyler oluşturmaktadır. Bu kapsamda katılımcılara doğrudan ulaşabilmek adına 2021 yılının mart ayı boyunca Twitch internet kanalı ve Facebook uygulamasında yer alan bir oyun grubu olan BGY: Games adlı mecralar üzerinden online anket formu paylaşılmıştır. 18 yaşın üzerinde olduğunu beyan eden ve gönüllü katılım gösteren 785 kişiye anket uygulanmıştır. Bunlardan eksiksiz olarak doldurulduğu tespit edilen 750 anket üzerinden veri seti oluşturulmuş ve araştırma analizleri yapılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik ifadeler yer almaktadır. Anketin ikinci bölümde ise alanyazında yer alan çalışmalardan alınmış bir ölçek kullanılmıştır (Ayman-kuy, Soydaş ve Saçlı 2013; Balakrishnan ve Griffiths 2018; Dubois ve Gibbs 2018; Özhasar, Oğuz ve Yılmaz 2020). İlgili ölçek toplamda 16 ifadeden oluşan 5'li Likert tipinde (1: Hiç Katılmıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum) derecelendirilmiş ifadelerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında kullanılan 16 ifadeli ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0,876 bulunmuştur. Bu değer kullanılan ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği tespit edildikten sonra araştırmanın bulgular aşamasına geçilmiştir.

BULGULAR

Araştırmanın bulgular aşamasında katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, günlük ortalama oyunda geçirilen süre gibi tanımlayıcı istatistikler incelenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Özelliklerine Yönelik Bulgular

Cinsiyet	Sayı (n)	Yüzde (%)
Kadın	80	10,7
Erkek	670	89,3
Medeni Durum	Sayı (n)	Yüzde (%)
Evli	18	2,4
Bekâr	732	97,6
Yaş	Sayı (n)	Yüzde (%)
18 – 21 yaş arası	251	33,5
22 – 25 yaş arası	323	43,1
26 – 29 yaş arası	128	17,1
30 yaş ve üzeri	48	6,4
Eğitim Durumu	Sayı (n)	Yüzde (%)
İlköğretim Mezunu	20	2,7
Lise Mezunu	344	45,9
Üniversite Mezunu	363	48,4
Lisansüstü Mezunu	23	3,1
Günlük Ortalama Oyunda Geçirilen Süre	Sayı (n)	Yüzde (%)
2 saatten az	107	14,3
2 – 4 saat arası	135	18
4 – 6 saat arası	150	20
6 saatten fazla	358	47,7
Toplam	750	100

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular yer almaktadır. Buna göre katılımcıların yüzde 89,3’ü (670) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcılar, medeni durum açısından incelendiğinde ise yüzde 97,6’sının (732) bekârlardan oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde yüzde 43,1’i (323) 22 ile 25 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen diğer bir demografik özellik ise eğitim durumudur. Buna göre katılımcıların yüzde 45,9’unun (344) lise mezunu, yüzde 48,4’ü ise (363) üniversite mezundur. Bu hususta incelenen bir diğer veri de katılımcıların günlük ortalama oyun oynama süreleridir. Buna göre katılımcıların yüzde 14,3’ü (107) günde iki saatten az, yüzde 18’i (135) günde ortalama iki ile dört saat arası, yüzde 20’si (150) günde ortalama dört ile altı saat arası ve yüzde 47,7’sinin (358) günde altı saatten daha fazla çevrimiçi oyun oynadığı görülmüştür.

Faktör Analizi Bulguları

Araştırmada faktör yapılarının belirlenmesi amacıyla toplanan verilere sırasıyla açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin açıklayıcı faktör analizine uygun olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla KMO katsayısı ve Bartlett’s testi bulguları incelenmiştir (KMO: 0,890 / Bartlett’s: 0,00 ve $p < 0,01$). Her iki değerinde açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Bu bağlamda da veri setini oluşturan 750 anket 375’er olarak ikiye ayrılmıştır. Bu anketlerin ilk 375’i açıklayıcı faktör analizinde diğer 375’i ise doğrulayıcı faktör analizinde kullanılmıştır.

Tablo 2’de yer alan açıklayıcı faktör analizinde bulguları incelendiğinde toplam varyansın yaklaşık yüzde 66’sını açıklayan dört faktörlü bir yapı tespit edilmiştir. Devamında bu dört faktörlü yapı araştırmanın amacına ve alanyazına göre; bağımlılık, iletişim, deneyim ve tatil satın alma niyeti şeklinde isimlendirilmiştir (Aymankuy, Soydaş ve Saçlı 2013; Balakrishnan ve Griffiths 2018; Dubois ve Gibbs 2018; Özhasar, Oğuz ve Yılmaz 2020).

Açıklayıcı faktör analizinin devamında öncelikle araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturan bağımlılık, iletişim ve deneyim boyutları üç faktörlü doğrulayıcı faktör analizine tabii tutulmuş ve ölçüm modeli doğrulanmıştır. Sonrasında ise araştırmanın bağımlı değişkeni olan tatil satın alma niyeti eklenerek tekrardan doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Devamında da yapılan doğrulayıcı faktör analizi alanyazında en çok kullanılan dokuz standart uyum ölçütüne göre değerlendirmeye alınmıştır.

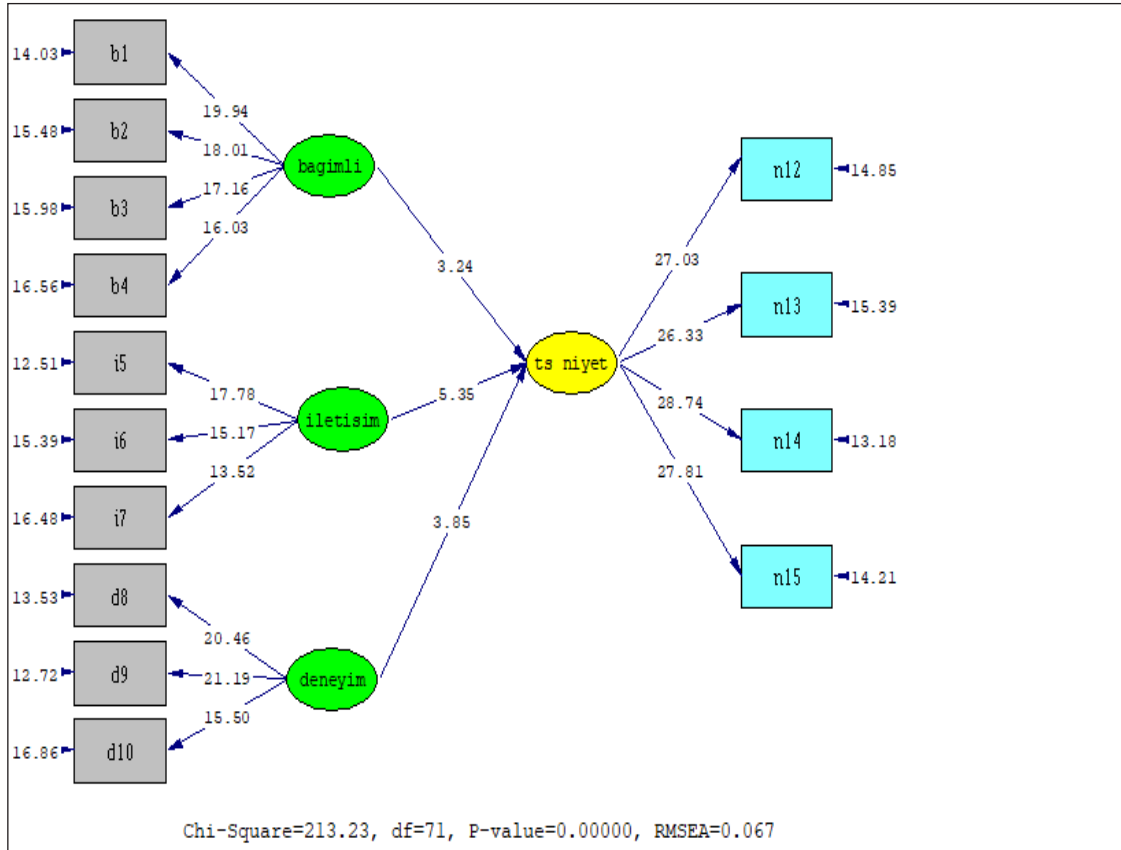
Tablo 3’te yer alan bulgular incelendiğinde araştırma kapsamında önerilen modelin geçerli bir model olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, açıklayıcı faktör analizi sonucu elde edilen dört faktörlü yapı doğrulanmıştır. Ancak burada birbiri ile güçlü bir korelasyon ilişkisi bulunduğu tespit edilen 11. ve 16. maddeler, modelden çıkartılmıştır. Araştırmanın devamında değişkenler arası çoklu gizil ilişkilerin tespit edilmesi amacıyla yapısal eşitlik modellemesi aşamasına geçilmiştir (Çelik ve Yılmaz 2016).

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

<i>İfadeler</i>	<i>Faktör Yüğü</i>	<i>Açıklanan Varyans</i>	<i>Özdeğer</i>	<i>Güvenilirlik</i>
<i>Bağımlılık</i>				
Çevrimiçi oyunlarda çok zaman geçirdiğimden dolayı bazı zamanlarda işlerimi aksatıyorum.	0,781	35,710	5,714	0,744
Çevrimiçi oyun oynamayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	0,723			
Çevrimiçi oyun oynarken kendimi özgür hissediyorum.	0,699			
Sabah uyandığımda aklımda hep çevrimiçi oyun oynamak olur.	0,582			
<i>İletişim</i>				
Arkadaşlarımla iletişim halinde olabilmek için daha uzun süre çevrimiçi oyun oynarım.	0,796	6,271	1,003	0,737
Çevrimiçi oyunlarda bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	0,718			
Çevremde birileri varken bile çevrimiçi oyun oynamayı tercih ederim.	0,559			
<i>Deneyim</i>				
Çevrimiçi oyunlarda kullanılan gerçek mekânlar dikkatimi çeker.	0,839	8,589	1,374	0,806
Çevrimiçi oyunlarda kullanılan gerçek mekânlardan etkilenirim.	0,756			
Çevrimiçi oyun oynarken zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum.	0,643			
Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda çevrimiçi oyun oynamak beni rahatlatır.	0,634			
<i>Satın alma niyeti</i>				
Çevrimiçi oyunlarda kullanılan mekânları ziyaret etmek için tatil planlarımı değiştirebilirim.	0,877	15,521	2,483	0,907
Çevrimiçi oyunlarda kullanılan gerçek mekânlar tatil satın alma kararımı etkiler.	0,861			
Çevrimiçi oyunlarda kullanılan gerçek mekânlar tatil satın alma kararıma yardımcı olur.	0,856			
Çevrimiçi oyunlarda kullanılan mekânları ziyaret etmek için mutlaka fırsat yaratırım.	0,831			
Çevrimiçi oyunlarda gördüğüm gerçek bir mekânı ziyaret etmeyi düşünüyorum.	0,707			
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		66,090		

Tablo 3. Önerilen Modelin Standart Uyum Ölçütlerine Göre Değerlendirilmesi

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Değeri	Uyum
χ^2 / sd	$0 \leq \chi^2 / sd < 2$	$2 \leq \chi^2 / sd \leq 5$	3,00	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 \leq RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,067	Kabul Edilebilir
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	0,042	İyi Uyum
NFI	$0,95 < NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95^a$	0,96	İyi Uyum
NNFI	$0,97 < NNFI \leq 1,00$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97^b$	0,98	İyi Uyum
IFI	$0,95 < IFI \leq 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,97	İyi Uyum
RFI	$0,95 < RFI \leq 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,96	İyi Uyum
CFI	$0,97 < CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,98	İyi Uyum
GFI	$0,95 < GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,94	Kabul Edilebilir
AGFI	$0,90 < AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	0,92	İyi Uyum



Tablo 3. Önerilen Modelin Standart Uyum Ölçütlerine Göre Değerlendirilmesi

Tablo 4. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

Faktörler	Standart Yükler	t-değeri	R ²	Yapı Güvenilirliği	Açıklanan Varyans (AVE)
Bağımlılık (B)	0,71	19,94***	0,50	0,82	0,53
	0,66	18,01***	0,44		
	0,63	17,16***	0,40		
	0,60	16,03***	0,36		
İletişim (İ)	0,69	17,78***	0,48	0,74	0,49
	0,60	15,17***	0,36		
	0,54	13,52***	0,29		
Deneyim (D)	0,73	20,46***	0,53	0,82	0,60
	0,75	21,19***	0,56		
	0,58	15,50***	0,34		
Tatil Satın Alma (TSA)	0,83	27,03***	0,69	0,91	0,71
	0,82	26,33***	0,67		
	0,87	28,74***	0,75		
	0,85	27,81***	0,72		
Hipotezler				Sonuç	
H1: B→TSA	0,28	3,24***		Desteklendi	
H2: İ→TSA	0,42	5,35***		Desteklendi	
H3: D→TSA	0,33	3,85***		Desteklendi	

***p < 0,010 (t > 2,58); **p < 0,050 (t > 1,96); *p < 0,100 (t > 1,65)

Yapısal Eşitlik Modellemesi Bulguları

Şekil 2'de araştırma kapsamında önerilen modelin ve kurulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla yapılan yapısal eşitlik modellemesi bulguları yer almaktadır. Analizde yer alan t değerleri incelendiğinde araştırma modeli kabul edilmiştir (t > 1,96; p < 0,050). Analizin son aşamasında modelin yapı güvenilirliği, açıklanan varyansı incelenmiş ve hipotezler değerlendirilmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde araştırma kapsamında kurulan üç hipotezin de desteklendiği görülmüştür. Buna göre bağımlılık, iletişim ve deneyim değişkenleri tatil satın alma niyetine istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olarak etkilemektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşen sosyal medya ile bağıntılı olarak eğlence endüstrisi de sürekli bir gelişim göstermektedir. Çevrimiçi oyunlar ise bu sürekli gelişim gösteren pazarın önemli bir dinamiğini oluşturmaktadır. Güncel verilere göre 2,6 milyar kullanıcı olan, 2021 yılında 23,5 milyar dolarlık hacme ulaşacağı tahmin edilen ve her geçen yıl daha da değer kazanan çevrimiçi oyun endüstrisi bilimsel anlamda da önem kazanmaya ve araştırmacıların yoğun ilgisini çekmeye başlamıştır (Statista 2020).

Yapılan bu araştırma kapsamında çevrimiçi oyun oyuncularının oynadıkları oyunlara yöne-

lik algılarının üç alt faktörü olarak belirlenen iletişim, deneyim ve bağımlılık değişkenlerinin tatil satın alma aşamasında destinasyon tercihlerine olan etkisi yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda ilgili üç faktörün de tatil satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olarak etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda yapılan araştırma mevcut alanyazında yer alan çalışmalarını destekler niteliktedir (Zeren ve Paylar 2016; Deleuze vd. 2017; Dubois ve Gibbs 2018; Balakrishnan ve Griffiths 2018; Alagöz ve Güler 2018; Büyükbaykal ve Cansabuncu 2020; Elsayeh 2020; Lacka 2020; Shin, Jeong ve Park 2021).

Araştırmada tatil satın alma niyetini en çok etkileyenin iletişim faktörü olduğu görülmüştür. İletişim faktörünün bu kadar yüksek çıkmasının temel nedenlerinden birinin de pandemi süreci olduğu düşünülmektedir. Covid-19 nedeniyle sektöre uğrayan sosyalleşmenin özellikle çevrimiçi oyun endüstrisine önemli katkıları olmuştur. Araştırmanın diğer egzojen değişkenleri olan bağımlılık ve deneyimin araştırmanın endojen değişkeni tatil satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri olduğu görülmüştür. Çevrimiçi oyunlarda kullanılan gerçek veya gerçeğinden ilham alınmış mekânların yarattığı deneyim hissini de tatil satın alma niyet üzerinde önemli etkileri olduğu görülmüştür. Bu durum turizm destinasyonu karar vericilerinin üzerinde durması gereken bir konuya işaret etmektedir. Özellikle çevrimiçi oyunlara yönelik yapılacak sponsorluk yatırımları ile ülkelerin ve destinasyonların tanıtımının yapılabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarına dayanarak, büyük bir kitleye hitap eden çevrimiçi oyunların turizm pazarlaması açısından büyük bir fırsat olduğu söylenebilir. Dünyanın her yerinden insanlara hitap eden bu oyunların turizm sektörü tarafından reklam amaçlı kullanılmasının da faydalı olacağı düşünülmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalarda bu çalışma kapsamında önerilen modele farklı değişkenlerin eklenmesinin veya düzenleyicilik ve aracılık etkilerine bakılmasının da mevcut alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adamus, T. (2012). Playing Computer Games as Electronic Sport: In Search of a Theoretical Framework for a New Research Field. İçinde; J. Fromme ve A. Unger (Editörler) *Computer Games and New Media Cultures* (ss. 477-490). Dordrecht: Springer.
- Alagöz, S. ve Güler, B. (2018). Bilgisayar Oyunlarında Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tüketici Tutumu ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişki, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (2): 479- 500.
- Aymankuy, Y., Soydaş, M.E. ve Saçlı, Ç. (2013). Sosyal Medya Kullanımının Turistlerin Tatil Kararlarına Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama, *International Journal of Human Sciences*, 10 (1): 376- 397.
- Badrinarayanan, V., Sierra, J. ve Martin, K. (2015). A Dual Identification Framework of Online Multiplayer Video Games: The Case Of Massively Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPGs), *Journal of Business Research*, 68 (5): 1045- 4052.
- Balakrishnan, J. ve Griffiths, M. (2018). Loyalty Towards Online Games, Gaming Addiction, and Purchase Intention Towards Online Mobile in Game Features, *Computers in Human Behavior*, 87: 238- 246.
- Buhalis, D. ve Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 years After the Internet - The State of eTourism Research, *Tourism Management*, 29 (4): 609- 623.
- Büyükbaykal, C. I. ve Cansabuncu, İ. A. (2020). Türkiye’de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4 (1): 1- 9.
- Chen, L. L. (2010). The Impact of Perceived Risk, Intangibility and Consumer Characteristics on Online Game Playing, *Computers in Human Behavior*, 26 (6): 1607- 1613.
- Chen, T. (2015). Online Games, *Computers in Entertainment*, 11 (4): 1- 26.
- Choi, B., Lee, I., Choi, D. ve Kim, J. (2007). Collaborate and Share: An Experimental Study of the Effects of Task and Reward Interdependencies in Online Games, *CyberPsychology & Behavior*, 10 (4): 591- 595.
- Deleuze, J., Christiaens, M., Nuyens, F. ve Billieux, J. (2017). Shoot at first sight! First Person Shooter Players Display Reduced Reaction Time and Compromised Inhibitory Control in Comparison to Other Video Game Players, *Computers in Human Behavior*, 72: 570- 576.
- Dindar, M. ve Akbulut, Y. (2014). Motivational Characteristics of Turkish MMORPG Players, *Computers in Human Behavior*, 33: 119- 125.
- Dubois, L. E. ve Gibbs, C. (2018). Video Game Induced Tourism: A New Frontier for Destination Marketers, *Tourism Review*, 73 (2): 186- 198.
- Elsayeh, Y. (2020). Investigating the Effectiveness of Applying Mobile Advergaming in Tourism Marketing - An Exploratory Study about Egypt, *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 6 (2): 21-32.
- Funk, D., Pizzo, A. ve Baker, B. (2018). Esport management: Embracing Esport Education and Research Opportunities, *Sport Management Review*, 21 (1): 7- 13.

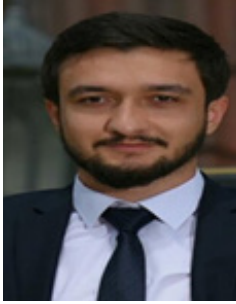
- Gong, X., Zhang, K., Chen, C., Cheung, C. ve Lee, M. (2020). Antecedents and Consequences of Excessive Online Social Gaming: a Social Learning Perspective, *Information Technology & People*, 33 (2): 667- 688.
- Gray, P., Vuong, J., Zava, D. ve McHale, T. (2018). Testing Men's Hormone Responses to Playing League of Legends: No Changes in Testosterone, Cortisol, DHEA Or Androstenedione But Decreases in Aldosterone, *Computers in Human Behavior*, 83: 230- 234.
- Hamari, J. ve Sjöblom, M. (2017). What is E-sports and Why Do People Watch It?, *Internet Research*, 27 (2): 211- 232.
- Hsu, C. L. ve Lu, H.P. (2004). Why Do People Play Online Games: An Extended TAM with Social Influences and Flow Experience, *Information & Management*, 41 (7): 853- 868.
- Hsu, S., Wen, M. H. ve Wu, M. C. (2009). Exploring User Experiences as Predictors of MMORPG Addiction, *Computers & Education*, 53 (3): 990- 999.
- Hussain, Z., Williams, G. ve Griffiths, M. (2015). An Exploratory Study of the Association between Online Gaming Addiction and Enjoyment Motivations for Playing Massively Multiplayer Online Role Playing Games, *Computers in Human Behavior*, 50: 221- 230.
- Hyeong, J., Choi, K., Lee, J. ve Pyo, T. H. (2020). For Whom Does a Game Update: Players' Status Contingent Gameplay on Online Games Before and After an Update, *Decision Support Systems*, 139: 1- 11.
- Jonasson, K. ve Thiborg, J. (2010). Electronic Sport and Its Impact on Future Sport, *Sport in Society*, 13 (2): 287- 299.
- Kindermann, H., Javor, A. ve Reuter, M. (2016). Playing Counter Strike Versus Running: The Impact of Leisure Time Activities and Cortisol on Intermediate Term Memory in Male Students, *Cognitive Systems Research*, 40: 1- 7.
- Lacka, E. (2020). Assessing the Impact of Full-Fledged Location-Based Augmented Reality Games on Tourism Destination Visits, *Current Issues in Tourism*, 23 (3): 345- 357.
- Lee, M. C. (2009). Understanding the Behavioural Intention to Play Online Games: An Extension of the Theory of Planned Behaviour, *Online Information Review*, 33 (5): 849- 872.
- Lee, S., Suh, Y., Kim, J. ve Lee, K. (2004). A Cross-national Market Segmentation of Online Game Industry Using SOM, *Expert Systems with Applications*, 27 (4): 559- 570.
- Liao, G. Y., Pham, T., Cheng, T. ve Teng, C. I. (2020). How Online Gamers' Participation Fosters Their Team Commitment: Perspective of Social Identity Theory, *International Journal of Information Management*, 52: 1- 12.
- Meagher, K. ve Teo, E. (2005). Two-part Tariffs in the Online Gaming Industry: The role of Creative Destruction and Network Externalities, *Information Economics and Policy*, 17 (4): 457- 470.
- Özhasar, Y., Oğuz, Y.E. ve Yılmaz, V. (2020). Instagram Bağlılığının Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi: Esogü Turizm Fakültesi Öğrencileri Örneği, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1): 39- 55.
- Peng, H., Sun, Y. ve Wu, H. (2009). Analysis of Subscription Characteristics and User Mobility in Different Types of MMORPGs, *The Journal of China Universities of Posts and Telecommunications*, 16 (6): 121- 128.
- Pietro, L. ve Pantano, E. (2013). Social Network Influences on Young Tourists: An Exploratory Analysis of Determinants of the Purchasing Intention, *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 15: 4- 19.
- Reer, F. ve Krämer, N. (2014). Underlying Factors of Social Capital Acquisition in the Context of Online Gaming: Comparing World of Warcraft and Counter Strike, *Computers in Human Behavior*, 36: 179- 189.
- Shin, S.J., Jeong, D., ve Park, E. (2021). Effects of Conflicts On Outcomes: The Case of Multiplayer Online Games, *Entertainment Computing*, 38: 1- 5.
- Statista. (2020). Online Games, <https://www.statista.com/outlook/212/100/online-games/worldwide>, Erişim tarihi: 27 Aralık 2020.
- Teng, C. I. (2017). Impact of Avatar Identification on Online Gamer Loyalty: Perspectives of Social Identity and Social Capital Theories, *International Journal of Information Management*, 37 (6): 601- 610.
- Trepte, S., Reinecke, L. ve Juechems, K. (2012). The Social Side of Gaming: How Playing Online Computer Games Creates Online and Offline Social Support, *Computers in Human Behavior*, 28 (3): 832- 839.
- Wu, P., Yeh, G. Y. ve Hsiao, C. R. (2011). The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands, *Australasian Marketing Journal*, 19 (1): 30- 39.
- Yung, R. ve Khoo-Lattimore, C. (2019). New Realities: A Systematic Literature Review on Virtual Reality and Augmented Reality in Tourism Research, *Current Issues in Tourism*, 22 (17): 2056- 2081.
- Zeren, D. ve Paylar, Ö. (2016). Bilgisayar Oyunlarında Ürün Yerleştirme: Pro Evolution Soccer (Pes) 2015 Örneği, *Online Academic Journal of Information Technology*, 7 (24): 51- 67.

Çevrimiçi Oyunların Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi



Yasin Emre OĞUZ

Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otel Yönetimi Bölümü'nden mezun oldu (2013). Yüksek lisans derecesini Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan aldı (2017). Halen Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Doktora eğitimine devam etmektedir. 2014 yılında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı. Halen Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm ekonomisi ve nicel araştırma yöntemleridir.



Mustafa Çağatay KIZILTAŞ

Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2017). Yüksek lisans derecesini Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan aldı (2019). Halen Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Doktora eğitimine devam etmektedir. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2020). Halen Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Divriği Nuri Demirağ Meslek Yüksekokulu'nda Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm işletmeciliği ve nicel araştırma yöntemleridir.



Veyssel YILMAZ

Anadolu Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi İstatistik Bölümü'nden mezun oldu (1988). Yüksek lisans derecesini Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstatistik Anabilim Dalı'ndan aldı (1992). Doktora derecesini Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstatistik Anabilim Dalı'ndan aldı (1996). Anadolu Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (1990). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde Yardımcı Doçent olarak çalışmaya başladı (1996). Doçent unvanını 2005, Profesör unvanını 2011 yılında aldı. Halen Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, istatistik ve nicel araştırma yöntemleridir.

Orman Yangınlarının Turizmin Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Yunanistan ve Kıbrıs Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma

Forest Fires' Impact On Tourism Development: A Comparative Study of Greece and Cyprus

Georgios BOUSTRAS*

*Center for Risk and Safety in the Environment (CERISE), European University Cyprus, Nicosia, Cyprus

Nikolaos BOUKAS**

** Center for Sustainable Management of Tourism, Sport & Events (CESMATSE), European University Cyprus, Nicosia, Cyprus

Tuğrul TOKER* (Türkçeye çeviren)**

***Yüksek lisans öğrencisi Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü.

E-Posta: tugrul_toker@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7324-7811>

Anahtar sözcükler:

Orman yangınları, Yunanistan, Kıbrıs, Turizm gelişimi, Planlama süreci, Bastırma girişimi.

ÖZ

Her yıl artan bir şekilde vahşi alan sınırlarını aşan ve turistik alanlar ile şehir hayatını etkileyen orman yangınlarında binlerce dönüm alan yanmakta ve birçok insan hayatlarını kaybetmektedir. Akdeniz ülkeleri, çoğunlukla deniz, güneş, kültür ve doğaya dayanan turistik ürünler sunmaktadır.

Yangın felaketlerinden deniz ve güneş etkilenmezken, kültürel ve doğal güzellik alanları gerçek anlamıyla darbe alır ve turistler yangınla mücadele eden yetkililer tarafından düzgün bir yönlendirme veya bilgilendirmeden mahrum kalırlar. Bu makale bu gibi problemleri ele almayı amaçlamaktadır.

Dizayn/metodoloji/yaklaşım: Bu makale, yangın felaketleri ve turizm gelişimi arasındaki ilişkiyi vurgulamaya, devlet yetkililerinin uygun önlemlerin planlanması ve yönetiminde turistleri dikkate alıp almadığını ve nasıl dikkate aldığını belirlemeye çalışmakta ve Yunanistan ile Kıbrıs arasında karşılaştırmalı bir çalışma sunmaktadır.

Politika ve operasyonel seviyede paydaşlarla bir dizi görüşmeler yapılmış ve sonuçlar ve bunların etkileri sunulmuştur.

Bulgular: Planlama ve önleme süreci bazı aşamalarda sürece dâhil olan aktörler nedeniyle karmaşık hale gelmektedir. Her iki ülkedeki ulusal turizm organizasyonları planlama veya bilgilendirme sürecinde rol almamaktadır. Turistlere yönelik faydalı, kapsamlı, uygulanabilir bilgilerin sağlanmasına yönelik artan bir ihtiyaç doğmaktadır.

Araştırma kısıtlamaları/ çıkarımları: Makalenin bulguları, kilit roldeki politika uygulayıcıları ve operasyonel komuta kademesindeki kişilerle yapılan bir dizi görüşmelere dayanmaktadır. Adı geçen kişilerin katılımı bir takım sınırlamaları da göstermektedir. Bu makale konuya niteliksel bir yaklaşım sunmaktadır. Konuyu takiben nicel bir çalışma hâlihazırda planlanmıştır.

Uygulanabilir çıkarımlar: Önceki felaketlerden alınan derslerin, mevcut "modus operandi (çalışma şeklinin)" ve "angajman kuralları"nın derinlemesine analizi; yeni risk tabanlı, kapsamlı, odaklanmış iletişim kampanyaları yaratmak amacıyla gerekli arka planı sağlamalıdır.

Sosyal çıkarımlar: Ortak bir iletişim kampanyası neticesinde, daha güvenli toplumlar ve çevre üzerinde daha az olumsuz etki sağlanır. Turizm, ülkenin imajını dünyaya bir bütün olarak sunar ve çoğaltır. Bu nedenle ilgili problemin çözülmesi ülke için katma değer yaratacaktır.

Özgünlük/değer: Makale, Kıbrıs ve Yunanistan'da gerçekleşmiş iki büyük felaketin ele alınmasında yer almış aktörlerle derinlemesine yapılan bir dizi görüşmeye dayanmaktadır. Bu görüşmelerin sonuçları ilk kez sunuluyor.

Çevirmenin notu1: Makalede "Kıbrıs"tan kasıt olarak adanın bütünü veya Türk Cumhuriyeti değil, Güney kesimi ifade edilmiştir. Yapılan röportaj ve çalışmaların Kıbrıs ile ilgili kısımlarının tamamı Güney Kıbrıs kesiminde yapılmış olup makalenin hiçbir kısmında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti veya adanın tamamı çalışmanın hedefinde yer almamıştır."

Çevirmenin notu2: Bu makale yayıncının izni alınarak çevrilmiştir.

GİRİŞ

Her yaz, yıldan yıla muazzam büyüklükte alevler binlerce dönüm ormanı yok ediyor. Akdeniz bölgesi birçok nedenden dolayı bu tür felaketlerin oluşmasına eğilimlidir. JRC Bilimsel ve Tek-

nik Raporları'na (2009) göre güneydeki en çok etkilenen beş Avrupa devletinde (Yunanistan, İtalya, İspanya, Fransa ve Portekiz) 52,795 yangında 323,896 hektar alan yanmıştır. Aynı yayına göre 1980 ile 2009 arasında yine bu beş ülkede 1.501.409 yangında 14.367.304 hektar yanmıştır.

Orman yangınlarının sosyal, çevresel ve finansal düzeyde kalıcı bir etkisi vardır. Sosyal düzeyde, yıkıcı yangınların etkisi muazzamdır. İnsanlar yaşamını yitirir, geçim kaynakları ve köyler yok olur, toplumsal ve bireysel seviyede kalıcı etkiler yaratır. (Boustras & Wen 2005) Orman yangınları, özellikle devasa yangınlar, hayatta kalanlar üzerinde psikopatolojik rahatsızlıklara neden olabilir (Adamis ve arkadaşları 2011). Orman yangınları yangınla mücadele edenler üzerinde psikopatolojik rahatsızlıklara neden olabilir (Psarros ve arkadaşları 2008). Bu durum nihayetinde ulusal sağlık kaynaklarını finansal açıdan etkiler (Dyregrov 1989).

Çevre kirliliği analizinde kullanılan yeni teknikler (Liu vd. 2009) hava kalitesinin kısa vadede nasıl etkilendiğini açıkça gösterir. (Liu vd. 2009) makalelerinde Yunanistan'daki 2007 yılı yangınları boyunca atmosferdeki partikül sayısında büyük bir artış olduğunu belirtmektedir. Orman yangınlarının uzun vadeli çevresel etkileri vardır. (Moreira vd. 2011) daha önce yanmış alanların, artan bir yeniden yanma eğilimleri olduğunu, dolayısıyla -bu durumun- felaketleri şiddetlendiren kısır bir döngü yarattığını iddia etmektedir. Bunlara ek olarak orman yangınları, toplam karbon ayak izini de arttırır. Henüz 1994 yılının başlarında Holeman (1994), Crutzen ve Andreae (1990) ve Andreae ve Goldammer (1991)'a dayanarak biyokütle yakıt yakma yoluyla salınan karbon miktarının 4.08×10^{15} tonunu farklı formlardaki orman yangınlarından açığa çıkan karbon emisyonunu oluşturduğunu hesaplamıştır. Dolayısıyla aynı hesaplama yaparak toplam küresel karbon emisyonunun 13.28×10^{15} ton olduğunu ve yangınlardan doğan salınımın, toplam biyokütle yakıt yakma yoluyla açığa çıkan karbon emisyonunun yüzde 40'ına tekabül ettiği hesaplanabilir.

Mali düzeyde, orman yangınları yüksek maliyetler taşır. Önleme, bastırma, sağlık sistemi üzerin-

deki maliyetler, konaklama sistemi üzerindeki ek maliyetler, sigorta maliyetleri ölçülebilir maliyetlerden sadece birkaçıdır. Buna rağmen iki kritik faktörün maliyeti hesaplanamaz: insan hayatının maliyeti ve genel olarak ülke için oluşmuş katma değer kaybının maliyeti.

Turizm, özellikle Akdeniz'de deniz, güneş, kültür ve doğaya dayanır. Deniz ve güneş ciddi bir orman yangını felaketinden sonra bile varlığını sürdürmeye devam ederken kültürel anıtlar ve doğa ağır kayıplara uğrayabilir. Örneğin, Peloponnese'de 2007 yılında çıkan yangınların trajik tarafı, bu yangınlar aynı zamanda Olimpiyat oyunlarının da doğduğu yer olan Olympia'nın arkeolojik sit alanına zarar vermiştir (Xanthopoulos 2008b). Bu yangınlardan, Yunanistan ve Kıbrıs'taki doğal yaşam alanları ve kentsel turistik alanlar etkilendi. Bu makale aşağıdaki araştırma sorularını yanıtlamaya çalışmaktadır:

Turizmin yangın felaketleri ile ilişkisi nasıldır? Böyle bir felaket turizmi nasıl ve ne şekilde etkiler?

Orman yangını afetlerinin Yunanistan ve Kıbrıs'taki turizm ürünlerinin gelişimi üzerindeki etkisi nedir?

Acil durum önlemleri ve mekanizmalarının geliştirilmesi ve planlanması aşamasında devlet yetkilileri turistleri ne şekilde dikkate alıyor?

Yukarıdaki iki araştırma sorusu büyük Saitas ve Peloponnesus yangınlarında nasıl resmedilmiştir?

ORMAN YANGINLARI VE TURİZM

Doğal kaynaklar bir destinasyonun en temel turizm bileşenlerinden birini oluşturmaktadır (Goeldner ve Ritchie 2009). Özellikle ormanlar ve ormanlık alanlar hem ulusal hem de uluslararası ziyaretçiler için bir cazibe merkezi olduğu gibi bunlar, bölgeye çekicilik katar, yerel ekonomi ve toplulukları destekleyerek onların uzun süreli kalıcılığı için gelir sağlarlar (Holloway 2009; Schmidt-Thome' ve Schmidt-Thome' 2007). Ormanların turizm için önemi şu şekilde vurgulanabilir; sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde her yıl ulusal ormanları 205 milyon kişi ziyaret eder (Goeldner ve Ritchie 2009). Öte yandan or-

manlar gibi hassas ekosistemlerdeki artan ziyaretçi sayısı nedeniyle, yerel ekonomilerin ve ormanların sürdürülebilirliğini korumak amacıyla dikkatli bir planlama uygulanmasına ihtiyaç duyulur. Ek olarak orman yangını tehlikesi bir turizm alanında her zaman çevreyi ve bölgeyi etkileyen ana değişkenlerden birisi olmuştur (Husseini 2008). Bu bağlamda planlama sürecinde, bu tarz istenmeyen bir durumla başa çıkarken yangınların turizm gelişimi üzerindeki etkisi de göz önünde bulundurularak proaktif ve reaktif önlemler de dikkate alınmalıdır.

Ganewatta ve Handmer'a (2006) göre "Turizm endüstrisine yüksek oranda bağımlı olan alanlar, turizm faaliyetlerinin kesintiye uğramasından uzun vadeli sonuçlara yol açacak şekilde etkilenmiş olabilir." Yanan ormanlar ile turizmin ilişkisi iki temelde analiz edilir. Birinci grup çalışmalar doğal afetlerin/tehlikelerin ortaya çıkmasında turistik faaliyetlerin genel rolünü araştırır (Coppock 1982; Knight 2002; Newsome ve arkadaşları 2002; Kuvan ve Akan 2004). İkinci olarak ise, araştırmalar bir doğal afetin meydana gelmesinin bir bölgenin turizmi üzerindeki etkisiyle ilgilidir (Ritchie 2004; Cioccio ve Michael 2007; Hystad ve Keller 2006, 2008). İlk bağlamla ilgili olarak Coppock (1982), turizmin, bir bölgenin flora ve faunasına, yangınla olan ilişkisi dolayısıyla zarar verebileceğini öne sürmektedir. Yazar, bir bölgede artan ziyaretçi sayısı ile meydana gelen yangın sayısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Ayrıca, Coppock (1982), bazı bölgelerin yangına meyilli olması nedeniyle, bu tür talihsiz olayların meydana gelme olasılığının arttığını savunmaktadır. Pinol vd. (1998), orman yangınlarının çoğunluğunun, yüksek sıcaklıklar ve düşük hava nemi nedeniyle yaz aylarında çıktığını iddia etmektedir. Bu nedenle, bu tür ortamlarda artan ziyaretçi sayısı bir şekilde bir yangın olayının meydana gelmesine katkıda bulunarak ormanları daha da savunmasız hale getirebilir. İkinci yönüyle ilgili olarak, ormanlarda meydana gelen yangınların, toplulukların yanı sıra turizm aktivitelerini doğrudan veya dolaylı olarak orman kaynaklarına dayandırmış olan bölgenin turizm ürününe de zarar verdiğine şüphe yoktur. Nitekim turizm hareketlerinin çoğu, yukarıda belirtilen hava koşullarının ormanları

daha fazla yangın riski altına soktuğu bir dönem olan yaz aylarında görülmektedir. Sonuç olarak orman yangını felaketleri turizm üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir.

Örneğin, Yunanistan'da 2001 yılındaki rezervasyonların neredeyse yüzde 50'si 2000 yazındaki yangınlar nedeniyle iptal edilmiştir (Scott ve Lemieux 2009). Sonuç olarak, turizmden elde edilen gelirler önemli ölçüde azalmış ve turizm endüstrisi korkunç bir ekonomik gerileme ile karşı karşıya kalmıştır. Bu, orman yangınları gibi felaketlerin bir destinasyonun ekonomisi için, özellikle de bu destinasyonun turizm faaliyetinin ormanlara bağlı olduğu durumlarda, bir yara olabileceğini vurgulamaktadır. Bundan dolayı orman yangınları turizm için en kritik krizlerden birini oluşturur (Ritchie 2004).

Orman yangınlarının turizm üzerindeki etkisi

Orman yangınlarının bir bölgenin turizm aktivitesi üzerindeki etkisi çok boyutludur. En sık görülen etkilerden biri, yangınların turizm tesislerine ve konaklama yerlerine verdiği zararlar gibi yön işaretleri, yollar, manzara terasları vb. altyapılara verdiği hasarla da ilişkilidir (Cioccio ve Michael 2007). Ayrıca, büyük bir felaket durumunda, altyapının yenilenmesi uzun zaman alabilir ve bu da kurtarma maliyetlerinin artmasına ve imkânların atıl kalması durumundan kaynaklanan gelir kaybına neden olabilir. Açıkçası, turizm faaliyetinin temel kaynak ve gelir kaynağı olarak yalnızca ormana bağlı olduğu ve asla eski durumuna dönmediği durumlar da vardır. Bu, orman yangınları gibi felaketlerin bir bölgenin turizm endüstrisi üzerinde birkaç yıl boyunca kalıcı bir etkiye sahip olabileceği anlamına gelir.

Orman yangınlarının turizm üzerindeki etkisinin bir diğer önemli yönü, turistlerin çoğunlukla bölgeyi derhal tahliye etmeleri ve/veya bölgeye varışlarının ertelenmesi ve iptal edilmesi gibi tutumlarındaki değişikliklerle ilgilidir Cioccio ve Michael 2007; Hystad ve Keller 2008). Ayrıca, yangınların büyüklüğüne ve yoğunluğuna bağlı olarak, gezginlerin de felaketten sonra bölgeyi uzun bir süre ziyaret etmeme eğiliminde olduğu görülebilmektedir.

Orman yangınlarının turizm gelişimi üzerindeki etkisiyle ilgili bir diğer önemli boyut da eko-

nomik boyuttur. Hystad ve Keller (2006), Kanada, British Columbia'daki Kelowna bölgesinde 2003'teki büyük orman yangınına incelerken, yangınların etkilerini iki ana tipte sınıflandırmışlardır; afet sırasındaki birincil etkiler ve afet sonrası etkiler. İlkiyle alakalı olarak, turizmle ilgili hizmetlerin (restoranlar, konaklama birimleri ve eğlence endüstrileri gibi) gelirlerinin yaklaşık yüzde 30-40 oranında azaldığını belirtmişlerdir. Yazarlara göre, yangın sırasında küçük ve orta ölçekli işletmeler, büyüklere göre daha fazla zarara uğramıştır. İkincisi ile ilgili olarak ise yazarlar yangın olayının uzun vadeli bir etkisi olduğunu öne sürmüşlerdir. Ortalama gelirler sonraki üç aylık dönemde yaklaşık yüzde 20 oranında düşmeye devam etmiş ve en büyük etkiyi konaklama sektörü hissetmiştir. Sonuç olarak, afet sonrası etkiler turizm talebini azaltmış ve bölgedeki turist harcamalarının düşmesine neden olmuştur.

Turizm üzerindeki bir diğer etki de destinasyonun imajıyla ilgilidir. Yüksek rekabet ortamında destinasyonlar daha fazla turist çekmek için mücadele etmektedirler. Bir destinasyon için ormanların karşılaştırmalı rekabet avantajı olduğu durumlarda, yangın nedeniyle ormanların zarar görmesi turizm faaliyetinin de yok olmasına neden olabilir. Başka bir deyişle, bir bölgenin imajı olaydan sonra uzun yıllar etkilenmeye devam edebilir (Miller ve Ritchie 2003). Medyanın rolü tartışmasız bir şekilde bir destinasyonun imajı için belirleyicidir (Hystad ve Keller 2008). Yangınların medyada geniş yer bulması, bazen durumun dramatize edilmesine ve zarar gören bölgeden kilometrelerce uzağa seyahat etseler bile yolcularda panik yaratılmasına neden olabilir (Hystad ve Keller 2006; Xanthopoulos 2008a). Sonuç olarak medya, etkilenen alanların olumsuz bir imajını yansıtabilir ve gerçekçi olmayan koşullar yaratarak turistleri korkutabilir.

Bununla birlikte medya, felaketle başa çıkmak için iletişim araçları olarak olumlu bir rol de oynayabilir (Miller ve Ritchie 2003). Bir destinasyonun imajını kurtarma aracı olarak hareket edebilirler. Tsai ve Chen'e (2011) göre, turizm işletmesi sahipleri, afet planlaması ve müdahale işlerinin yönetilmesi için medya ile iyi ilişkiler sürdürme-

lidir. Bu bakımdan, bölgenin "faaliyete döndüğünü" ve orada hala "yapılacak işler" olduğunu halka iletebildikleri için iletişim araçlarının rolleri destinasyonun imajını toparlamada önemlidir (Hystad ve Keller 2006).

Orman yangınlarının turizm üzerindeki etkisi Scott ve Lemieux (2010) tarafından IUCN'nin bir raporuna (2007) atıfta bulunularak; Yunanistan'da 2000 yılındaki yıkıcı yangınlardan sonra, 2001 yılında rezervasyonların yüzde 50 azaldığını iddia etmektedirler.

ORMAN YANGINI YÖNETİMİ VE TURİSTLER

Devletlerin, orman yangını unsurlarından biri olarak orman yangını yönetimini de içeren daha geniş bir afet yönetimi (koordinasyon) planı vardır. Özellikle, AB devletleri, Avrupa Ortak Sivil Koruma Mekanizması adlı merkezi bir mekanizma tarafından yönetilen -bir sivil savunma-çalışma sistemine sahiptir. Büyük çaplı afetler sırasında ülkeler buradan yardım talebinde bulunabilirler. 2007 yılında Yunanistan bu mekanizmadan yararlanmış ve AB'den 19 ülke, yangın söndürme uçağı ve itfaiyecilerle yardım sağlamıştır. Xenokrates Yunanistan'ın (Chlimintza, 2008), Pysros (orman yangınları) ve Ikaros (uçak koordinasyonu) (Leonidou 2011) Kıbrıs'ın afet koordinasyon ve eylem temel planlarıdır. Turizmi etkileyen büyük ölçekli afetlerin krizlerinin yönetimine ilişkin başka bir araştırma Ritchie (2004) tarafından yürütülmüş olup, önceki ilgili vakaların analizine dayandırılmıştır. Yürürlükteki orman yangını kriz yönetimi araçları geliştirilmiştir (Keramisoglou ve arkadaşları 2004; Vakalis ve arkadaşları 2004). Orman yangını yönetmeliği ile devlet arasındaki ilişki Scott ve Lemieux (2010) tarafından, acil durum planlamasındaki merkezi rolü nedeniyle hükümetlerin düzenleyici çerçeveler hazırlamak için tarihi verileri kullandığını öne sürerek örneklendirilmiştir. Orman yangını yönetmeliği ile devlet arasındaki ilişki Scott ve Lemieux (2010) tarafından şu şekilde örneklendirilmiştir; acil durum planlamasındaki merkezi rolü nedeniyle devletler düzenleyici çerçeveler hazırlamak için geçmiş verileri kullanır.

Devlet tarafından tasarlanmış master planların mevcut olduğu bariz bir şekilde görülmele bir-

likte, yangınlar hala meydana gelmekte, siviller ve yangınla mücadele personeli hayatını kaybetmektedir ve - yukarıda belirtildiği gibi - birçok başka düzeyde sonuçlar doğurmaktadır. Desphande (2009), piro-terörizmi (piro=yüksek sıcaklık ve ateş etkisiyle oluşan) otoriteler tarafından ele alınması gereken yeni bir boyut ortaya koymaktadır. Aynı yazar 2007'deki Yunanistan örneğini şu şekilde ele almaktadır: "en iyi bilinen kasıtlı orman yakma vakalarından biri" (Desphande 2009). İsrail, İspanya ve ABD örnekleri de bu yazıda ele alınmaktadır. Yazar, devlet yetkililerinin yetersizliğine şu şekilde işaret etmektedir: "ihmal ve hükümet planlaması yönünden yetersizlik veya diğer kısıtlayıcı düzenlemelerini göz ardı etmek" (Desphande 2009). Yazara göre, orman yangını yönetimi ve planlamasında yeni bir politika ve yönetim ihtiyacı Ordu ve Karşı İstihbarat'ın rolünün daha belirgin hale gelmesi şarttır.

Bilimsel kanıtlara dayalı yeni bir orman yangını devlet politikasına duyulan ihtiyaç Franklin ve Agee (2003) tarafından da vurgulanmıştır. Yazarlar, bilimsel ilerleme ve kanıtlara dayalı yeni bir politika ve yönetim sistemine ihtiyaç olduğunu savunmaktadır. Ayrıca, şu anda (ve son yıllarda) devlet ve özel fonlarla desteklenen orman yangınları ile ilgili çok sayıda araştırma projesi ve çalışma yürütülmektedir.

Merkezi bir planlama bariz olarak görüldüğü halde, en azından mevzuat ve master planlar bakımından, turistlerin hesaba katılmadığı açıktır.

YÖNTEM

Çalışmada, incelenen konuların derinlemesine bir analizini sağlamak için nitel bir araştırma yaklaşımı kullanılmıştır (Denzin ve Lincoln 2005; Yin 2009). Makale iki vaka çalışmasının incelenmesine dayanmaktadır: 2007'deki Saittas yangını ve 2007'deki Mora (ve Evia) yangınları. Flyvbjerg (2011), bir vaka çalışmasını neyin oluşturduğuna dair çeşitli tanımlar sunar. Bir vaka çalışması, tekil bir olayın derinlemesine bir analizidir. Bu çalışmada, nedenselliği araştırmak için açıklayıcı vaka çalışmaları kullanılmıştır. İki vaka çalışması, politika ve planlamanın (hükümet düzeyinde)

turizm, turistler ve turizm gelişimi ile olan bağlantısını göstermek için dikkatle seçilmiştir.

Bulguların geçerliliğini/güvenilirliğini artırmak için veriler birden fazla birincil kaynaktan toplanmıştır (Yin 2009). Orman yangınları ve bunların turizm ve turistler üzerindeki etkilerine ilişkin mevcut alanyazına odaklanarak bir alan yazın taraması yapılmıştır. Alanyazın taraması, orman yangını yönetimi ve turizm geliştirme aşamasında izlenen yol ve planlamanın önemini göstermiştir.

Aralık 2011 ile Nisan 2011 arasında on yarı planlı görüşme yapılmıştır. Yarı planlı görüşmeler, önceden hazırlanmış birtakım sorulardan oluşur, ancak aynı zamanda yöntem, görüşme sırasında yeni soruların gündeme getirilmesine de izin verir (Lindlof ve Taylor 2002). Ankete katılanlar (aşağıda açıklandığı gibi), deneyimleri ve önceki bilgileri nedeniyle seçilmiştir, ancak en önemlisi 2007 yılında Peloponnesos ve Saittas felaketleri sırasında -bu hususta- öncü bir rol oynamışlardır. Hazırlanan sorular bu makalenin amacıyla yakından bağlantılı olmak üzere, görüşmeciler bu çalışmada kullanılan iki felaketle ilgili özel bilgilerini de sorularına adapte ettiler.

Katılımcılar, bu süreçlere müdahil olan paydaşları temsil edecek şekilde seçilmiştir. Makalenin amaçları doğrultusunda, devletin yasa yapıcı ve operasyonel kollarından katılımcılara ihtiyaç vardı. Buna ek olarak, planlama ve karar alma sürecindeki tüm aktörlerden katılımcılara ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle, Yunan Hükümeti'ni (kıdemli bakan, kabine üyesi, orta düzey turizm sorumlusu, 2007 Peloponnesos Yangınlarıyla ilgilenmiş Kriz Yönetim Komitesi katılımcıları) ve Kıbrıs Toplulukları Derneği (Saittas) Genel Sekreteri politika yapma ve planlama sürecini temsil etmek üzere seçilmiştir. İki ülkenin mevzuatına göre planlama ve bastırma girişimi çabasındaki aktörler şunlardır: İtfaiye, Orman Hizmetleri ve Ulusal Turizm Teşkilatı. Tablo 1, her iki ülkedeki görüşme sürecinin katılımcıları hakkında bilgi vermektedir. Gizlilik nedeniyle tablo yalnızca yaş, cinsiyet ve ilgili kuruluşu içermektedir.

Tüm görüşmeler Yunancada olarak kaydedilip kelimesi kelimesine yazıya döküldükten sonra İngilizceye çevrilip ve manuel olarak analiz edil-

miştir. İçerik analizi, kodlama şeması için önceden belirlenmiş kategorileri kullanan yönlendirilmiş bir yaklaşım kullanmıştır (Silverman 2001). Tematik kategoriler şunlardı: orman yangını felaketlerinin turizm üzerindeki etkisi ve devlet turizm politikasının orman yangını felaketleriyle olan (veya olmayan) ilişkisi olarak belirlenmiştir.

SAİTTAS YANGINI, KIBRIS

Kıbrıs'ta son on yılın en önemli yangın olayı 29 Haziran 2007'de başkent Lefkoşa'ya yaklaşık 55 km uzaklıktaki Trodos orman dağlık bölgesindeki Saittas'ta meydana geldi (BBC 2007; PIO 2007). Resmi rapora göre yangının sorumlusu yüksek voltajlı bir elektrik hattıydı. Yangınla mücadele için çok sayıda itfaiyeci (120 itfaiyeci; tüm Kıbrıs İtfaiye personelinin yüzde 20'si), 24 itfaiye aracı, bir uçak ve helikopter katıldı. Yangında herhangi bir yaralanma vakası bildirilmedi. Yangın çevredeki bölgelere sıçradı ve çok sayıda köy etkilendi. Yangın, hem özel hem de kamusal olmak üzere 12 km² ormanı etkiledi.

Saittas, Trodos Dağı'nın (devlet kontrolündeki tek dağlık ormanlık alan) yarı yolunda, ormanın

“girişinde” yer alır. Turistler ve yerel halk, ormanı ziyaret etmeden önce veya sonra Saittas'ı bir durak olarak kullanırdı. Bölgede ağırlıklı olarak yerel ürünler ve eserler bulunduran turistik dükkânlar ile çok sayıda restoran bulunmaktadır. Köyün içinden geçen küçük bir nehir manzarayı pastoral hale getirir.

PELOPONNESE VE EVİA YANGINLARI, YUNANİSTAN

Çok yaygın olarak bilinen bir vaka olarak, 2007 yazında, Yunanistan'da meydana gelen feci yangınlar 87 kişinin trajik kaybına yol açtı (Liu Ye vd. 2009). 150'den fazla köy, konut ve altyapı bakımından yaralar aldı. 1.500'den fazla konut yandı ve 3.000'den fazla kişi evini kaybetti (TA NEA 2007).

Olimpiyat oyunlarının doğum yeri olan antik Olympia'nın görüntüleri tüm haberlerde yer aldı. Yangınlardan Olimpiyat müzesi ve antik stadyum etkilenmedi, ancak Uluslararası Olimpiyat Akademisi'ne ev sahipliği yapan binanın yanı sıra antik stadyuma bakan tepede yandı. Chlimintza'ya (2008) göre Yunanistan'da 2007

Tablo 1. Her İki Ülkedeki Mülakat Sürecine Katılanlar

Ülke	Cinsiyet	Yaş	Katılımcı
Kıbrıs			
1	E	50>	Kıbrıs İtfaiye Teşkilatı yüksek rütbeli memuru
2	E	40-50	Kıbrıs Orman Hizmetleri yüksek rütbeli görevlisi
3	E	50>	Kıbrıs Topluluklar Birliği'nin üst düzey yetkilisi
4	E	40-50	Cumhurbaşkanı'nın çevre sorunları konusunda kıdemli danışmanı
5	K	40-50	Kıbrıs Turizm Örgütü üst düzey görevlisi
Yunanistan			
1	E	40-50	Yunan Hükümeti'nin turizmin gelişmesinden ikincil düzeyde sorumlu eski bakanı(kabine üyesi)
2	E	40-50	Yunanistan İtfaiye Teşkilatı yüksek rütbeli memuru
3	E	40-50	Yunanistan Orman Hizmetleri yüksek rütbeli görevlisi
4	E	30-40	2007 yangınlarını denetleyen kriz yönetim ekibinde bulunmuş Yunan Hükümeti'nin kıdemli danışmanı
5	K	30-40	Yunan Turizm Örgütü üst düzey görevlisi

yılında çıkan yangınların toplam zararı 3,5 milyar avro, yangınla mücadele operasyonlarının maliyeti ise yaklaşık 600 milyon avro olarak hesaplanmıştır.

SONUÇLAR

Bu bölümde çalışmanın bulguları sunulmaktadır. İki vaka çalışması ve yarı-yapılandırılmış görüşmeler yoluyla toplanan veriler önceden seçilmiş temalara göre analiz edilmektedir. Bu çalışmanın amacıyla ilgili olan iki tema, şunlardır: turizm gelişiminin orman yangınları ile ilişkisi, orman yangını felaketlerinin turizm üzerindeki etkisi ve son olarak devlet turizm politikasının orman yangını felaketleriyle mevcut (veya olmayan) ilişkisidir. Bulguları doğrulamak maksadıyla alanyazına atıfta bulunulmuştur.

Orman Yangını Felaketlerinin Turizm Üzerindeki Etkisi

Akdeniz'in turizm ürünü güneş, deniz, kültür ve doğa ile yakından bağlantılıdır. Reklam kampanyalarında da açıkça görüldüğü üzere seyahat acenteleri aracılığıyla satılan her şey dahil paketler bu dört temel üzerine kuruludur. Akdeniz'de doğayla çevrili veya doğayla iç içe birçok kültürel destinasyon vardır. Büyük turistik yapılaşmalar doğayla çevrili veya doğayla iç içedir. Turizm, Yunanistan ve Kıbrıs'ın münhasır ekonomileri için bir can simidi olsa da, her yıl büyük yangın felaketlerine maruz kalan bir bölgede turizm gelişiminin ve turizmin teşvik edilmesinin nasıl kanuni veya operasyonel düzeyde sağlandığı açık değildir.

Operasyonel seviyeye ilişkin olarak, Kıbrıs İtfaiye Teşkilatı liderliğinden üst düzey bir isim şunları aktarmıştır:

Kıbrıs'taki büyük turistik yerlerin (otellerin) çalışanlarının büyük çoğunluğu, turistler ile irtibatta bulunmak ve onları güvenli bir yere iletmek için eğitilmiştir. İtfaiye departmanının yazılı materyallerin baskı hizmetleri için ayrılmış bir bütçesi vardır. Yazılı bilgilendirme materyallerini İngilizce olarak basıyoruz ve bunları turistlerin erişimine sunuyoruz. Ayrıca her 2 yılda bir otelleri denetliyor ve tahliye tatbikatları düzenliyoruz. Bu tatbikatlar esnasında turistlerle temasa geçiyoruz ve onları kentsel ve vahşi ortamdaki yangın tehlikeleri hakkında bilgilendiriyoruz.

Turist destinasyonları (Ulusal Turizm Kurulları), destinasyonun imajını oluşturmak ve korumak için yıllarını ve yüklü miktarda para harcar. Psikolojik etkisinin yanı sıra, haber bülteninde yer alan büyük bir yangın felaketinin destinasyon ve imajı üzerinde de etkisi vardır. Bu imaj, durumun ciddiyeti ve olumsuz tarafı üzerinde zincirleme bir etkiye sahip olacak ve bu da ekonomiyi etkileyecektir.

Peki, bu etki kısa vadeli mi yoksa uzun vadeli mi sürer? Yunanistan'daki 2007 yangınlarının kriz yönetiminde aktif rol alan bir Yunan eski bakan şunları aktarmıştır:

2007 yangınlarıyla ilgili olarak, turistlerin çoğu, kıyıya yakın büyük otel komplekslerinde kaldıkları için bölgedeki (Peloponnesus) felaketin boyutunu tam manasıyla kavrayamadılar. Olympia yangını haricinde turistler etkilenmedi.

Ve:

Turizmin 2007 yangınlarından etkilendiğine inanmıyorum, eğer fikrime ihtiyacınız varsa, Atina Merkezi'nin anarşistler tarafından yakıldığı Aralık 2008'deki trajik olayların çok daha şiddetli bir etkisi oldu.

2007 yangınlarını denetleyen kriz yönetim ekibine katılan Yunan Hükümeti'nden (hükümetin sözcüsü) üst düzey bir yetkiliye göre:

2007 yangınlarının etkisini 2008 turist rezervasyonlarında kesinlikle görmedik. Haberlerde Kudüs'te patlayan bir bomba gören turist, bu yıl Yunanistan'a ya da Türkiye'ye gidecek, gelecek yıl Kudüs'e geri dönecektir. Orman yangınları turizm üzerinde uzun vadeli bir etki yaratmaz.

Öte yandan Kıbrıslı Topluluklar Birliği'nden önde gelen bir yetkiliye göre:

Saittas yangınının yerel turizm ekonomisi üzerinde önemli bir etkisi oldu. Saittas, turistlerin uğrak noktası olan Trodos ormanının "girişi"dir. Orada turizm insanları yeni ticari faaliyetlere yönlendirdi, yerel meyvelerle tatlı üretmeye başladılar ve turizm ekonomisinden doğan bir canlılık vardı. Yerel orman eşsizdi, koyu yeşil bir renge sahipti ve bir nehir[...] restoranlar, geçimini turizmden sağlayan dükkânlar vardı. Şimdi kimse orada durmuyor bile, kim yanmış bir orman görmek ister ki?

Çevre konularında kıdemli Kıbrıs Hükümeti'nin bir danışmanına göre:

Saittas'taki olay uzun vadeli bir turist sorunu yarattı, yangının görsel sonucu yıkıcıydı; akşam yemeğinizi yanmış bir ormana bakarken yemek istemezsiniz.

Orman Yangını Yönetimi ve Turizm

Büyük yangın felaketleri – doğal afetler, merkezi hükümet tarafından sistematik bir şekilde ele alınır. Büyük orman yangınlarıyla mücadele etmek için bir dizi otorite ve birliğin iş birliğine ihtiyaç vardır. Operasyonel düzeyde, itfaiye hizmetleri, orman hizmetleri (varsa), ordu, polis, sivil savunma, yangını söndürme ile ilgili kurumlardır. Bunlara genellikle yerel yönetimler, su ve elektrik kurulu ve merkezi hükümetin bürokratları da eklenir. Bu çok yönlü görev gücünün amacı halkı ve ormanı korumaktır. Turistler, planlama sırasında veya yangını söndürme esnasında dikkate alınmaz. Sıkça başvuru alan (ulusal ana plan) dışında, bölgesel veya merkezi düzeyde belirli politika veya eylemlerin olduğuna dair hiçbir kanıt yoktur. Yunanistan'daki 2007 yangınlarının kriz yönetiminde aktif rol alan bir Yunan eski bakan şunları söyledi:

Orman yangınlarıyla alakalı Xenokrates adında genel bir master plan olmakla birlikte turistleri hesaba katan bir politika yoktur.

Yunan Orman Servisi'nden üst düzey bir yetkili şunları söyledi:

Her bir bölge için İtfaiye Teşkilatı'nın genel planına veya operasyonel planına olası endişe ve hükümlerin dahil edilmesi dışında, turistlerle ilgili çok az elle tutulur eylem planı vardır. Gördüğüm elle tutulur bir önlem, Samos Valiliği tarafından hazırlanmış olan İngilizce bir orman yangını önleme broşürünün otel resepsiyonları aracılığıyla turistlere dağıtılıyor olmasıdır.

2007 yangınlarını denetleyen kriz yönetim ekibine katılan Yunan Hükümeti'nden (hükümetin sözcüsü) üst düzey bir hükümet yetkilisi şunları söyledi:

Orman yangınları hakkında turistlere bilgi vermeye yönelik bir iletişim politikası yoktu (ve bildiğim kadarıyla hala yok). Halkın geri kalanı gibi onlar da kitle iletişim araçlarından aracılığıyla bilgilendirilirdi.

Yunan Turizm Örgütü'nden bir temsilci şunları söyledi:

Yunan Turizm Örgütü orman yangınlarına müdahil olmaz. Bildiğim kadarıyla, bilgilendirme sürecinde herhangi bir yöntem veya örgütün katılımı yoktur.

Öte yandan Kıbrıs'ta orman yangınlarının büyük çoğunluğu, öncelikle Orman Bakanlığı ta-

rafından ele alınmaktadır. Yine ana prosedürde herhangi bir hüküm bulunmazken, Orman Dairesi'nin organize bir çalışması vardır. Kıbrıs Turizm Örgütü (CTO) bilgi sürecinin bir parçası değildir. CTO'dan bir temsilciye göre:

Turizm bizim sorumluluğumuzdadır. Orman yangınlarından ise Orman Dairesi sorumludur. Orman Dairesi ile şehir planlamasıyla ilgili bir dizi komitede çalışıyoruz ancak yangın süreçlerine herhangi bir dahlimiz yok.

Orman Bakanlığı'ndan üst düzey bir memur şunları söyledi:

Orman Dairesi'nin bir parçası olan Kıbrıs Orman İtfaiyesi, ülke çapında belirli bir sayıda orman istasyonuna sahiptir. Bunların çoğu stratejik olarak yolların başında bulunur. Bu yolları kullanan turistler genellikle bilgilendirici materyalleri almak için bu istasyonlarda dururlar. Orman Bakanlığı, orman yangını tehlikelerini ve Bakanlığın çalışmalarını anlatan Yunanca ve İngilizce bir broşür yayımlar.

Tartışma ve Çıkarımlar

Akdeniz ülkeleri için turizm ekonomik bir can damarıdır. Bir takım ekonomik sektör ve meslek grubu geçimini bu gelire dayandırmaktadır. Her iki ülkedeki turist akını – büyük ölçüde – standartlaştırılmış, markalaşmış bir ürün sunuma dayanmaktadır: deniz, güneş, doğa, güvenli ve batılı bir ortamda kültür. Akdeniz'deki Ulusal Turizm Kuruluşları, turistik ürünlerinin reklamını yapmak için her yıl milyonlarca Euro harcamaktadır. Yunanistan ve Kıbrıs, ekonomilerini turizme dayandırmaktadır ve her yıl çok sayıda turist bu ülkeleri ziyaret etmektedir. Resmi istatistikler, 2009 yılında 1,3 milyon turistin Kıbrıs'ı ziyaret ettiğini göstermektedir (EUROSTAT 2011). 2009'da 17 milyonun üzerinde turist Yunanistan'ı ziyaret etti (EUROSTAT 2011). Tüm yıl boyunca elverişli hava koşulları turistleri cezbederken, büyük çoğunluğunun orman yangını olasılığının çok daha yüksek olduğu yaz aylarında Yunanistan ve Kıbrıs'ı ziyaret ettiğini belirtmek önemlidir.

Orman Yangını Yönetimi, birçok aktörün dâhil olduğu karmaşık bir süreçtir. Bu noktada belirtmelidir ki, Xanthopoulos'a (2007) göre 1997 yılında Yunan Hükümeti orman yangınlarının sorumluluğunu Yunan Orman İtfaiyesi'nden alıp Yunan İtfaiye Teşkilatına devretmeye karar ver-

miştir. O zamandan sonra, geriye kalan Yunan Orman Hizmetlerinin siyasi denetimi, önce Tarım Bakanlığı'ndan Tarımsal Kalkınma ve Gıda Bakanlığı'na, son olarak da Çevre ve İklim Değişikliği Bakanlığı'na geçti.

Kıbrıs'ta orman yangını yönetimi, yangınları Kıbrıs İtfaiyesi, Kıbrıs Sivil Savunma Gücü ve Polis ve Ulusal Muhafızları'nın dâhil olduğu ve üç ana kategoriye ayıran ve bir eylem planına dayanmaktadır. Yasaya göre, bir ormanın içinde veya 1 km civarında meydana gelen tüm yangınlardan Orman Bakanlığı sorumludur. "Kırsal alanlarda" (ormandan en az 1 km uzaklıkta) meydana gelen yangınlar yerel yönetimin sorumluluğundadır ve son olarak kentsel alanlarda çıkan yangınlar Kıbrıs İtfaiyesinin sorumluluğundadır. Yangını söndürmeye çalışan "sorumlu erk" yukarıda belirtilen diğer kamu hizmetlerinden yardım isteyebilir.

Görüşmelerimizin sonucu ve mevzuata ve alan yazına ilişkin kapsamlı bir araştırma sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- Yangın sürecini planlama ve yangını bastırma çabası, çeşitli aşamalarda yer alan bir dizi aktör sebebiyle karmaşık bir durumdadır;
- Her yıl milyonlarca turist her iki ülkeyi de ziyaret ederken, yerel dilde iletişim kuramayan ya da daha da basit bir şekilde tatilde haberleri izlemeyen insanlar için muhtemelen özel bir mevzuat yoktur ve
- Her iki ülkedeki Ulusal Turizm Kuruluşları bilgilendirme veya planlama sürecinde yer almamaktadır.

Yunanistan'da Xenokrates adındaki master eylem planı, doğal veya teknolojik afetler durumunda çeşitli düzeylerdeki kamu makamlarının nasıl hareket etmesi ve neleri yapması gerektiğini açıklayan ayrıntılı bir eylem planıdır. Bu plan öncelikli olarak afeti bastırmaya odaklanır ve işin proaktif (eğitim veya reklam) boyutuyla çok ilgilenmez. Kıbrıs örneği de buna çok benzer durumdadır.

Araştırma sorusu olan orman yangını yönetimi ve bunun turizm ve turistlerle ilişkisine cevap ağıttır; hükümetler, imajlarına (ve ekonomik fa-

aliyetlerine) zarar verme potansiyeli olan bir olguyu, tüm aktörleri içeren organize bir yaklaşım olmaksızın, parçalar halinde ele alır. Katılımcılara göre, parçalı, tutarlı olmayan çabalar, yerelleştirilmiş bilgi kampanyalarını doğurmaktadır. Bu bilgilendirme kampanyaları ise genellikle yerel yetkililer tarafından tutarlı, kapsamlı ve yerleşik bir amaç olmaksızın yürütülmekte. Avrupa Komisyonu, MIRTO Projesi (European Civil Protection Mechanism 2009) aracılığıyla dört Akdeniz adasına yönelik dört dilde reklam materyali üretimini teşvik etmiştir.

Orman yangınlarının turizme etkisi önemli bir sorundur. Çok yönlü ve detaylandırılmış (kırsal, kentsel, tematik turizm türleri) bir turizm ürünü sunan bir ülkenin büyük bir orman yangını felaketinden etkilenmeyeceği iddia edilebilir. Bu, gerçeği yalnızca kısmen tasvir edebilir. Ulusal düzeydeki istatistikler istikrarlı ve hatta artan sayıda ziyaretçi olduğunu gösterebilirken, yerel düzeyde etkinin birkaç yıl boyunca hissedildiği verilerden açıkça görülmektedir. Yerel- özellikle büyük ölçüde turizme bağımlı olan, yerel ürünlerin doğrudan satışına ve diğer ilgili faaliyetlere dayanan- ekonomiler çökmekte, sosyal hayat değişmekte, kırsal, ormanlık alanlar terk edilmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde finansal istikrarsızlık ve şiddetli yerel rekabet çağında, bir yangın felaketinin etkileri yıllarca hissedilebilir ve destinasyon eski ihtişamına bir daha geri dönmeyebilir.

SONUÇ

Bu makalenin amacı iki amacı bulunmaktadır: orman yangınları ve turizm arasındaki bağlantıyı belirlemek ve hükümetlerin acil durum planlamasında turistleri ne derece dikkate aldığını araştırmak. Yunanistan'ın 2007 yangınlarında ulusal ormanlarının neredeyse yüzde 12'si yandığı için Saittas yangınına göre durumu oldukça farklıydı. Çünkü Saittas'ın Kıbrıs'ın Trodos Dağı'nda tek ormanlık alan olduğu düşünülürken önemi daha iyi anlaşılır. Bu doğrultuda kanaat önderleri ve paydaşlarla yapılan bir dizi görüşmeye dayanarak aşağıdakilere ulaşıldı:

- Yerelde orman yangınlarının etkisi birkaç yıl boyunca hissedilebilir, ancak ulusal düzeyde - özellikle turizm ürünü çeşitliliği olduğunda - turist sayısı ve gelir açısından etkisi kısa vadedir.
- Yunanistan ve Kıbrıs arasındaki bariz tarihsel benzerliklere rağmen, iki ülkede turistler üzerinde de tesiri olan tamamen farklı orman koruma stratejisi izlenmektedir. Yunanistan'ın yangından korunma ve söndürme çalışmaları hem kentsel hem de doğal alan yangınlarından sorumlu olan itfaiye teşkilatı tarafından yönetilmektedir, Sivil Koruma Genel Sekreterliği ise yangın söndürme çalışmalarını ulusal düzeyde denetlemektedir ve tehlikeden (yangın dâhil) korunma tanıtımlarından sorumludur; Orman Hizmetlerinin tamamlayıcı bir rolü vardır ve yalnızca orman yangınlarını önlemenin belirli yönlerinden sorumludur. Kıbrıs'ın yangından korunma ve yangını söndürme yapılanması farklıdır: İtfaiye (Kentsel yangınlardan sorumlu) ve Orman Dairesi (Yabani yangınlardan sorumlu) olmak üzere iki farklı yapılanma mevcuttur. Her ikisinin de yangından korunma tanıtımları için ayrılmış bir bütçesi vardır.
- Hükümetler, orman yangınlarıyla ilgili olarak turistleri tam manasıyla dikkate almamaktadır. Kıbrıs modeline baktığımız zaman (bilgilendirme açısından) az sayıda İngilizce basılı materyal içerdiği doğru olsa da, bunun turistlere yönelik topyekün bir bilinçlendirme kampanyası olduğu söylenemez.
- Artan risklere rağmen Ulusal Turizm Kuruluşlarının da orman yangınlarına yönelik herhangi bir politikası bulunmamaktadır.
- Konuyla alakalı olan çok sayıda servis ve departman arasındaki organizasyonel sorunlar – kriz yönetimi konularına işaret eden – aşikardır ve bunlar başka bir yayında tartışılacaktır.

Güneydoğu Avrupa'da her yıl çok sayıda yangının meydana geldiği bir gerçektir. Aynı zamanda hem Yunan hem de Kıbrıs ekonomilerinin büyük ölçüde turizm gelirlerine bağlı olduğu da başka bir gerçektir. Mevcut duruma daha yakından bakıldığında, ele alınması gereken bir dizi "gri

alan" ortaya çıkmaktadır. Şu anda, Çevre Risk ve Güvenlik Merkezi (CERISE) bu "gri" alanlarla ilgili birtakım çalışmalar yürütmektedir: İlki, orman yangınları ile turizm üzerindeki etki arasındaki ilişkinin sayısal verilere dökülmesi ve ikincisi, iki ülkedeki orman yangınları sırasında kriz yönetiminin araştırılmasıdır.

KAYNAKÇA

- Adamis, D., Papanikolaou, V., Mellon, R.C. and Prodromitis, G. (2011). P03-19 – The Impact of Wildfires on Mental Health of Residents in a Rural Area of Greece, A Case Control Population Based Study, *European Psychiatry*, 26 (1): 1188.
- Andreae, M.O. ve Goldammer, J.G. (1991). Tropical Wildland Fires and Other Biomass Burning: Environmental Impacts and Implications for Land-Use and Fire Management, *Abidjan Conference on West Africa's Forest Environment*, Washington, DC: The World Bank.
- BBC News (2007). Cyprus Fights Huge Mountain Blaze, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6256044.stm>, Erişim tarihi: 20 Temmuz 2011.
- Boustras, G. ve Wen, J.X. (2005). A Study on the Socio-economic and Demographic Significance of Fire in the Developed World and the Developing Countries, *International Journal on Engineering Performance-Based Fire Codes*, 7 (2): 57-64.
- Chlimintza, E.M. (2008). Resource Management in fire Fighting Organizations: Lessons from the Buncefield Oil Depot Fire and the Greek 2007 Forest Fires, *The 12th Biennial Conference of the International Association for the Study of Commons, Governing Shared Resources: Connecting Local Experience to Global Challenges*, Cheltenham, Temmuz 14-18.
- Cioccio, L. ve Michael, E.J. (2007), Hazard or Disaster: Tourism Management for the Inevitable in Northeast Victoria, *Tourism Management*, 28 (1): 1-11.
- Coppock, J.T. (1982). Tourism and Conservation, *Tourism Management*, 3 (4): 270-276.
- Crutzen, J.P. ve Andreae, M.O. (1990). Biomass Burning in the Tropics: Impact on Atmospheric Chemistry and Biogeochemical Cycles, *Safety Science*, 250: 1669-1678.
- Denzin, N.K. ve Lincoln, Y.S. (2005). Introduction: the Discipline and Practice of Qualitative Research. İçinde; Denzin, N.K. ve Lincoln, Y.S. (Editörler), *Handbook of Qualitative Research* (ss. 1-42), Sage, Thousand Oaks, CA.
- Desphande, N. (2009). Pyro-terrorism: Recent Cases and the Potential for Proliferation, *Studies in Conflict & Terrorism*, 32: 36-44.
- Dyregrov, A. (1989). Caring for Helpers in Disaster Situations: Psychological Debriefing, *Disaster Management*, 2 (1): 25-30.
- European Civil Protection Mechanism (2009). List of Projects, http://ec.europa.eu/echo/civil_protection/civil/protel/projects_2009.htm, Erişim tarihi: 21 Haziran 2012.

- EUROSTAT (2011). Nights Spent by residents and Non-Residents, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>.
- Flyvbjerg, B. (2011). Case study. İçinde; Denzin N.K. ve Lincoln, Y.S. (Editörler), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (Dördüncü Baskı (ss. 301-316).CA: Sage, Thousand Oaks.
- Franklin, J.F. ve Agee, J.K. (2003). Forging a Science Based National Forest Fire Policy, *Issues in Science and Technology*, 20 (1): 59-66.
- Ganewatta, G. ve Handmer, J. (2006). Bushfire Management: Where, Why and How Economics Matters", *Proceedings of the Royal Society of Queensland Bushfire Special Edition*, 51-57.
- Goeldner, C.R. ve Ritchie, B.J.R. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, (On Birinci Baskı. NJ: Wiley & Sons.
- Holeman, H. (1994). Environmental Problems Caused by Fires and Fire-fighting Agents", İçinde Kashiwagi, T. (Editör.), *Fire Safety Science-Proceedings of the Fourth International Symposium, International Association for Fire Safety Science* (ss. 61-77), Ottawa.
- Holloway, J.C. (2009). *The Business of Tourism*. (Sekinci Baskı. Essex: Prentice Hall.
- Hussein, M.A. (2008). Costs of Environmental Degradation: An Analysis in the Middle East and North Africa Region, *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 19 (3): 305-317.
- Hystad, P. ve Keller, P. (2006). Disaster Management: Kelowna Tourism Industry's Preparedness, Impact and Response to a 2003 Major Forest Fire, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13 (1): 44-58.
- Hystad, P. ve Keller, P. (2008). Towards a Destination Tourism Disaster Management Framework: Long-term Lessons From a Forest Fire Disaster, *Tourism Management*, 29 (1): 151-162.
- IUCN (2007). Forest fires in the Mediterranean – Background, www.iucnmed.org/web2007/documentos/Background_med_forest_fires.pdf, Erişim tarihi: 20 Temmuz 2011.
- JRC Scientific and Technical Reports (2009). Forest fires in Europe 2009, *Report No. 10, Publications Office of the European Union*. Luxembourg: Luxembourg.
- Keramitsoglou, I., Kiranoudis, C., Sarimveis, H. and Sifakis, N. (2004). *A Multidisciplinary Decision Support System For Forest Fire Crisis Management*, *Environmental Management*, 33 (2): 212-225.
- Knight, J. (2002). From Timber to Tourism: Re-commoditizing the Japanese Forest, *Development and Change*, 31 (1): 341-359.
- Kuvan, Y. and Akan, P. (2004). Residents' Attitudes Toward General And Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya, *Tourism Management*, 26: 691-706.
- Leonidou, L. (2011). "Fire Services Improve Response Time", *Cyprus Daily Mail*, 10 Temmuz, p. 11, www.cyprus-mail.com/cyprus/fire-services-improve-response-time/20110710 Erişim tarihi: 20 Temmuz 2011.
- Lindlof, T.R. ve Taylor, B.C. (2002). *Qualitative Communication Research Methods*. (İkinci Baskı. CA, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Liu, Y., Kahn, R., Chaloulakou, A. and Koutrakis, P. (2009). Analysis of the Impact of the Forest Fires in August 2007 on Air Quality of Athens Using Multi-Sensor Aerosol Remote Sensing Data, *Meteorology and Surface Observations Atmospheric Environment*, 43: 3310-3318.
- Miller, G. ve Ritchie, B. (2003). A Farming Crisis or a Tourism Disaster? An Analysis of the Foot and Mouth Disease in the UK., *Current Issues in Tourism*, 6 (2): 150-171.
- Moreira, F., Viedma, O., Arianoutsou, M., Curt, T., Koutsias, N., Rigolot, E., Barbati, A., Corona, P., Vaz, P., Xanthopoulos, G., Mouillot, F. ve Bilgili, E. (2011). Landscape – Wildfire Interactions in Southern Europe: Implications for Landscape Management, *Journal of Environmental Management*, 92: 2389-2402.
- Newsome, D., Moore, S.A. ve Dowling, R.K. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Clevedon: Cromwell Press, Channel View Publications.
- PIO (2007). *Press Announcement, Republic of Cyprus. Press and Information Office*, 29 Haziran.
- Pinol, J., Terradas, J. ve Lloret, F. (1998). *Climate Warming, Wildfire Hazard, and Wildfire Occurrence in Coastal Eastern Spain*, *Climatic Change*, 38 (3): 345-357.
- Psarros, C., Theleritis, C., Martinaki, S. ve Bergiannaki, I.D. (2008). *Traumatic Reactions in Firefighters After Wildfires in Greece*, *The Lancet*, 371 (9609): 301.
- Ritchie, B.W. (2004). Chaos, Crises and Disasters: a Strategic Approach to Crisis Term Management in the Tourism Industry, *Tourism Management*, 25: 669-683.
- Scott, D. ve Lemieux, C. (2009). "Weather and Climate: Information for Tourism", Report Commissioned by the World Meteorological Organization and the United Nations World Tourism Organization, www.wmo.int/wcc3/sessionsdb/documents/WS5_WP_tourism.pdf Erişim tarihi: 20 Temmuz 2011.
- Scott, D. ve Lemieux, C. (2010). *Weather and Climate Information for Tourism*, *Procedia Environmental Sciences*, 1: 146-183.
- Schmidt-Thome', P. ve Schmidt-Thome', K. (2007). Natural Hazards and Climate Change: Stakeholder Communication and Decision-making Processes: An Analysis of the Outcomes of the 2006 Davos Conference on Disaster Reduction, *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 18 (3): 329-339.
- TA NEA (2007). Issue No. 16 (229): 7.
- Tsai, C.H. ve Chen, C.H. (2011). The Establishment of a Rapid Natural Disaster Risk Assessment Model for the Tourism Industry, *Tourism Management*, 32: 158-171.
- Xanthopoulos, G. (2007). Forest Fires in Greece: 10 Years Later, *ETHIAGE*, 28: 6-9.
- Xanthopoulos, G. (2008a). People and the Mass Media During the Fire Disaster Days of 2007 in Greece, *The International Bushfire Research Conference 2008, Incorporating the 15th Annual AFAC Conference*, Adelaide: 1-3 Eylül.

Xanthopoulos, G. (2008b). The fire of August 26, 2007 That Damaged Olympia: What Happened and Lessons Learnt, Menegazzi, C. (Editör.), *Proceedings of the International Workshop on Disaster Risk Management at World Heritage Properties*. 6-7 Kasım 2008. Greek Ministry of Culture and UNESCO, Olympia: 58-64.

Vakalis, D., Sarimveis, H., Kiranoudis, C.T., Alexandridis, A. ve Bafas, G.A. (2004). *GIS Based Operational System for Wildland Fire Crisis Management II. System Architecture and Case Studies*, *Applied Mathematical Modelling*, 28 (4): 411-425.

Yin, R.K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. (Dördüncü Baskı. CA: Sage, Thousand Oaks.



Georgios BOUSTRAS

Londra Kingston Üniversitesi'nde CFES'ten Olasılıksal Risk Değerlendirmesi alanında doktora yapmaktadır. CPSE, Imperial College'da fahri Araştırma Görevlisi ve Greenwich Üniversitesi FSEG'de KTP Araştırma Görevlisi olarak çalıştı. Boustras, şu anda Kıbrıs Avrupa Üniversitesi'nde lisansüstü düzeyde istatistik öğretiminde Doçent olarak görev yapmaktadır. CERISE – Center for Risk and Safety in the Environment'in kurucusu ve yöneticisidir.



Nikolaos BOUKAS

İngiltere'deki Exeter Üniversitesi'nden Turizm Yönetimi alanında doktora derecesine sahiptir. Halen Lefkoşa'daki European University Cyprus'ta Konaklama ve Turizm Yönetimi Öğretim Üyesi ve Otelcilik Yönetimi bölüm koordinatörüdür. Aynı zamanda Kıbrıs Avrupa Üniversitesi, Turizm, Spor ve Etkinliklerin Sürdürülebilir Yönetimi Merkezi'nin (CESMATSE) Kolektif Direktörüdür.



Tuğrul TOKER

Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2011). Halen Atılım Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde Yüksek Lisans eğitimine devam etmektedir.

Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi Lisans Programlarının Kontenjanlarının Değerlendirilmesi

Özkan TÜTÜNCÜ

Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Necatı Hekkon Spor Bilimleri Fakültesi

GİRİŞ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi turizm, rekreasyon ve boş zaman çalışmaları üzerine bugüne kadar birçok makale yayınlandı ve yayınlamaya devam etmektedir. Derginin adı 'Turizm Araştırmaları' olmakla birlikte, dergi disiplinlerarası ve çok disiplinli çalışmaları kuruluşundan beri desteklemekte ve yayıncılığını bu kapsamda sürdürmektedir. Ülkemizde ve dünyada hem turizm hem de rekreasyon alanında yapılan araştırmaların ilgi odaklarından biri de eğitim bilimleridir. Bu kapsamda rekreasyon incelemeleri köşesinde, rekreasyon ve boş zaman ile ilgili birçok alanda makale yazmakla beraber, özellikle rekreasyon eğitimi ile ilgili çalışmalara yer vermekteyiz.

Kısa bir değerlendirme ile rekreasyon lisans programlarının geçmişine baktığımızda, ülkemizde rekreasyon (rekreasyona) yönelik lisans programlarının öncelikle Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları (BESYO) ve akabinde Spor Bilimleri Fakültelerinde (SBF) dört yıllık eğitimlerine başladığını, daha sonrasında Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarının (TİOYO) Turizm Fakültelerine (TF) dönüşmesiyle, bu okullarda da rekreasyon yönetimi programlarının hızla açılmaya başladığını görmekteyiz. Tüm bu gelişmeler rekreasyona yönelik lisans eğitim programları üzerine yeni değerlendirmeler ve çalışmalar yapılmasını beraberinde getirmektedir.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi ve Turizm Akademisi bünyesinde rekreasyon eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında; rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının

amaçlarının (Kozak, Tütüncü ve Kozak 2014), rekreasyon yönetimine yönelik üniversite düzeyinde müfredat geliştirme önerilerinin (Tütüncü 2008), rekreasyona yönelik disiplinler arası doktora programlarının (Tütüncü 2012), fakülteleşme ve rekreasyon bölümlerinin (Tütüncü 2018) ve rekreasyon yönetimi ve turizm işletmeciliği bölüm müfredatlarının karşılaştırılmasının (Tütüncü, Akgündüz ve Yeşilyurt 2019) ele alındığı görülmektedir. Yapılan değerlendirme ve çalışmaların daha ziyade müfredatlar üzerinde yoğunlaştığı belirtilebilir. Müfredatlar ile ilgili çalışmaların her zaman gündemde olması, değişen şartlara bağlı olarak eğitim sisteminin de güncellenme gereksiniminden dolayı gayet doğaldır. Öte yandan 2021 yılında Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) tarafından gerçekleştirilen yükseköğretim kurumları sınavının ortaya koyduğu sonuçlara bağlı olarak, dikkat çeken bazı gelişmeler bulunmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının kontenjanları, yerleşen öğrenci sayıları ve doluluk yüzdeleri üzerinden durum tespiti yapmaktır.

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

2021 yılında Yükseköğretim Kurulunun (YÖK) gerçekleştirdiği ÖSYM sınavına göre, rekreasyon ve rekreasyon yönetimi lisans programlarının kontenjanları ve bu kontenjanların dolulukları, kabul edilen ve yerleştirilen öğrenci sayıları sanal ortamda yayınlanmıştır (ÖSYM 2021). Çalışmanın kapsamı sadece ÖSYM puanına göre yerleştirme yapan lisans programlarını içine al-

maktadır. Diğer bir ifade ile özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul eden BESYO ve SBF lisans programları kapsam dışında tutulmuştur. Bunun nedeni özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul eden rekreasyon lisans programlarının an itibarıyla kontenjanlarının ne kadar dolu olduğunun saptanamamış ve YÖK tarafından ilan edilmemiş olmasıdır. Bu çerçevede çalışma ikincil veriler üzerinden, rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının nasıl farklılaştığını belirlemeye odaklanmaktadır. Bu değerlendirmeler 2021 yılı yükseköğretim kurumları sınavının ilk yerleştirmeleri üzerinden yapılmaktadır. Bunun nedeni ise ilk tercih olarak yerleşen öğrencilerin, diğer öğrencilere göre alan belirlemesini daha sağlıklı yapma olasılığı ve çalışmanın yapıldığı an itibarıyla henüz diğer ek yerleştirmelerin sonuçlandırılmamış olmasıdır.

İKİNCİL VERİLER VE DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖSYM'nin 2021 yılında gerçekleştirmiş olduğu yükseköğretim kurumları sınav sonuçlarının yayınlanmasına bağlı olarak ikincil verilerin değerlendirilmesi mümkün olmuştur. Bununla birlikte burada çıkarımsal değil, sadece bu yılın verileri üzerinden tanımlayıcı ve durum saptayıcı bir değerlendirme yapılması hedeflendiğinden, öncelikle rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının kendi içinde devlet ve vakıf üniversiteleri bazında; örgün, ikinci öğretim ve açık öğretim programları kapsamında, daha sonra da karşılaştırmalı olarak ele alınması uygun görülmüştür. SBF'lerdeki kamuya ait rekreasyon lisans programlarına ilişkin veriler Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde öncelikle devlet üniversitelerindeki rekreasyon lisans programlarının tümünün SBF bünyesinde olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile bu programlar yüksekokullarda değil fakültelerin içinde yer almaktadır. Özel yetenekle değil ÖSYM sınavı ile öğrenci kabul eden toplamda 13 rekreasyon programı bulunmaktadır. Eşit ağırlıklı puan (EA) ile öğrenci alan bu programlardan sadece bir tanesi (Gazi Üniversitesi, SBF, Rekreasyon Programı), 62 kişilik kontenjanının hepsini ilk yerleştirmede doldurmuştur. Ülkemizin en köklü rekreasyon

lisans programına sahip bu kurumunun, böyle bir sonuç elde etmiş olması şaşırtıcı değildir. Ardından gelen Kocaeli Üniversitesi, SBF, Rekreasyon Programı 52 kişilik kontenjanın 37'sini doldurmuştur. İlk tercihlere göre kontenjanının 0,29'u boşta kalmıştır. En iyi üçüncü program ise Eskişehir Teknik Üniversitesi, SBF bünyesinde 52 kişilik kontenjanının 0,63'ünü doldurmuş, 0,37'lik kontenjanı ilk tercihlere boşta kalmıştır. 13 rekreasyon lisans programından sadece üç tanesi kontenjanlarının 0,50'sinden fazlasını doldurabilmiş, geri kalan 10 program ise tercihlere istenilen düzeylere ulaşamamıştır. Bu 10 programdan ikisi kontenjanlarına hiçbir öğrenciyi yerleştiremezken, üç tanesi sadece birer öğrenci tercihi ile karşı karşıya kalmışlardır. Toplamda SBF'ler bünyesinde yer alan 600 kişilik kontenjanın, 188 öğrenci tarafından tercih edilmesi, kontenjanların 0,69'unun boş kaldığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. 0,31'lik doluluğu ilk dörtte yer alan üniversitelerin yönlendirdiği görülmektedir. SBF bünyesinde ikinci öğretim olarak yer alan rekreasyon lisans programlarına ilişkin veriler Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde öncelikle devlet üniversitelerindeki rekreasyon ikinci öğretim lisans programlarının tümünün SBF bünyesinde olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile bu programlar da yüksekokullarda değil, fakültelerin içinde yer almaktadır. ÖSYM sınavı ile öğrenci yerleştiren

Şekil 1. Öğrencilerin Devlet Üniversiteleri Rekreasyon Örgün Eğitim Programları tercihleri (2021)

Üniversite-Fakülte	Puan	Kontenjan	Yerleşen	Doluluk
Atatürk Üniversitesi, SBF	EA	52	7	0,13
Bartın Üniversitesi, SBF	EA	52	1	0,02
Bingöl Üniversitesi, SBF	EA	52	1	0,02
Eskişehir Teknik Üniversitesi, SBF	EA	52	33	0,63
Gazi Üniversitesi, SBF	EA	62	62	1,00
Kocaeli Üniversitesi, SBF	EA	52	37	0,71
Munzur Üniversitesi, SBF	EA	41	0	0,00
Muş Alparslan Üniversitesi, SBF	EA	41	1	0,02
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, SBF	EA	41	18	0,44
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, SBF	EA	52	13	0,25
Trabzon Üniversitesi, SBF	EA	31	3	0,10
Uşak Üniversitesi, SBF	EA	31	0	0,00
Yalova Üniversitesi, SBF	EA	41	12	0,29
Toplam		600	188	0,31

Tablo 2. Öğrencilerin Devlet Üniversiteleri Rekreasyon İkinci Öğretim Programları Tercihleri (2021)

Üniversite-Fakülte-Bölüm	Puan	Kontenjan	Yerleşen	Doluluk
Atatürk Üniversitesi, SBF	EA	41	0	0,00
Bartın Üniversitesi, SBF	EA	41	0	0,00
Kocaeli Üniversitesi, SBF	EA	41	1	0,02
Toplam		123	1	0,01

toplamda üç rekreasyon ikinci öğretim programı bulunmaktadır. Eşit ağırlıklı puan ile öğrenci alan bu programlardan en iyisi 41 kişilik kontenjanından sadece bir tanesini doldurabilmiştir. Diğer iki program ise kontenjanlarına hiçbir öğrenciyi yerleştirememiştir. Toplamda SBF'ler bünyesinde yer alan ikinci öğretim programlarının 123 kişilik kontenjanın, bir öğrenci tarafından tercih edilmesi, kontenjanların 0,99'unun boş kaldığı sonucunu ortaya koymaktadır. Üniversitelerde açık öğretim üzerinden eğitim veren rekreasyon lisans programlarına ilişkin veriler Tablo 3'te verilmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde ÖSYM sınavı ile öğrenci yerleştiren toplamda iki rekreasyon açık öğretim programı bulunmaktadır. Eşit ağırlıklı puan ile öğrenci kabul eden bu programlardan Atatürk Üniversitesi 205 kişilik kontenjanının 19 tanesini doldurabilmiştir. İlk tercihlere göre toplam kontenjanının 0,91'i boşta kalmıştır. Diğer programı bünyesinde bulunduran İstanbul Üniversitesi ise 154 kişilik kontenjanından 27 tanesini doldurabilmiştir. İlk tercihlere göre toplam kontenjanının 0,18'i tercih edilmiştir. Açık öğretim rekreasyon programlarında toplamda 359 kişilik kontenjan var iken, bunların sadece 46'sı doldurula-bilmiştir. Diğer bir ifade ile toplam açık öğretim kontenjanlarının 0,13'ü değerlendirilebilmiştir. Vakıf üniversitelerinde eğitim veren rekreasyon lisans programlarına ilişkin veriler Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 3. Öğrencilerin Rekreasyon Açık Öğretim Programları Tercihleri (2021)

Üniversite-Fakülte-Bölüm	Puan	Kontenjan	Yerleşen	Doluluk
Atatürk Üniversitesi, AÖF	EA	205	19	0,09
İstanbul Üniversitesi, AUEF	EA	154	27	0,18
Toplam		359	46	0,13

Tablo 4. Öğrencilerin Vakıf Üniversiteleri ve KKTC'deki Rekreasyon Öğrün Eğitim Programları Tercihleri (2021)

Üniversite Adı	Puan	Kontenjan	Yerleşen	Doluluk
Lokman Hekim Üniversitesi (Ankara), SBF	EA	20	3	0,15
Kıbrıs Sağlık Ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, BESYO	EA	10	0	0,00
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, BESYO	EA	10	0	0,00
Yakın Doğu Üniversitesi, SBF	EA	12	0	0,00
Doğu Akdeniz Üniversitesi, TOYO	EA	3	0	0,00
Toplam		55	3	0,05

Tablo 4 incelendiğinde vakıf üniversitelerindeki rekreasyon lisans programlarının karma bir şekilde SBF, BESYO ve Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulları'nda (TOYO) yer aldığı görülmektedir. Toplamda beş farklı rekreasyon programı bulunmaktadır. Bunlardan biri Türkiye'de diğerleri ise Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) yer almaktadır. KKTC'deki programlar turizm ve spor alanındaki yüksekokullarda aynı adla, isim farklılığı olmadan (rekreasyon) hizmet vermektedir. Eşit ağırlıklı puan ile öğrenci alan bu programlardan sadece Türkiye'deki Lokman Hekim Üniversitesi rekreasyon programının 20 kişilik kontenjanına üç öğrenci kabul edebilmiştir. Diğerleri ise kontenjanlarına bir öğrenci dahi kabul edememiştir. Vakıf ve KKTC'deki üniversitelerde toplamda 55 kişilik kontenjanın, üç öğrenci tarafından tercih edilmesi, kontenjanların 0,95'inin boş kaldığı sonucunu ortaya koymaktadır.

Sadece ÖSYM sınavına bağlı olarak öğrenci kabul eden devlet ve vakıf üniversiteleri bünyesindeki 22 SBF ve BESYO rekreasyon programının (açık öğretimler dahil) 2021 yılı için toplam kontenjanı 1.134 kişidir (KKTC'deki TOYO bünyesindeki rekreasyon programı hariç tutulmuştur). Kontenjanların 238 kişilik kısmı öğrenciler tarafından tercih edilmiş, toplamda 896 kişilik kontenjan boşta kalmıştır. Spor bilimleri alanında hizmet veren rekreasyon lisans programlarının 2021 yılındaki ilk yerleştirme doluluk oranı 0,21'dir.

SBF ve BESYO'lardaki rekreasyon programlarının mevcut durumu net olarak değerlendirilmeden, bu okullarda yeni programlar açılmış ve açılmaya devam etmektedir. Bunlara ek olarak

Turizm Fakülteleri aynı kervana katılmış, fakültelerdeki mevcut programlara ek olarak rekreasyon yönetimi programları oluşturulmuştur. Turizm ile ilgili lisans eğitimi veren devlet ait okullardaki örgün rekreasyon yönetimi programlarına ilişkin 2021 yılında öğrencilerin yapmış oldukları tercihler ve buna ilişkin veriler Tablo 5'te verilmektedir.

Tablo-5 incelendiğinde öncelikle devlet üniversitelerindeki rekreasyon lisans programlarının hem TF'lerde hem de yüksekokullarda yer aldığı görülmektedir. Programların büyük çoğunluğu fakültelerin bünyesindedir. Fakültelerde 14, yüksekokullarda beş adet olmak üzere toplamda 19 adet rekreasyon yönetimi programı bulunmaktadır. Sözel ağırlıklı puan (SÖZ) ile öğrenci alan bu programlardan yedi tanesi kontenjanlarının hepsini ilk yerleştirmede doldurmuştur. Bunların tamamı fakülteler bünyesinde yer almaktadır. Fakültelerden sadece dört tanesi kontenjanlarının 0,50'sini doldurabilmiştir. Bunlardan en düşük olanı Giresun Üniversitesi, TF rekreasyon yönetimi programının 31 kişilik kontenjanını, sadece

altı kişi tercih etmiş, doluluğu 0,19 düzeyinde kalmıştır. Fakültelerin 630 kişilik kontenjanının, 507 öğrenci tarafından tercih edildiği, doluluklarının 2021 yılında ilk tercihlerde 0,80 olduğu görülmektedir. Öte yandan yüksekokullar bünyesinde yer alan rekreasyon yönetimi programlarının durumu, fakültelerdeki programlar kadar iyi değildir. Yüksekokullardan sadece bir tanesi 41 kişilik kontenjanının 0,61'ini 25 öğrenci ile doldurmuştur. Gaziosmanpaşa Üniversitesi rekreasyon yönetimi programının 41 kişilik kontenjanı olmasına rağmen, bu programı sadece bir kişi tercih etmiştir. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nin ilgili programı aynı kontenjana sahip olup, sadece altı kişi tarafından tercih edilmiştir. Yüksekokullara ait toplam 205 kişilik kontenjanın, 57'si öğrenciler tarafından rağbet görmüş, doluluk oranı 0,28'de kalmıştır. Turizm alanında faaliyet gösteren devlete ait örgün rekreasyon yönetimi programlarının toplam kontenjanı 835 olup, bunların 564'üne öğrenci kabul edilmiş ve doluluk oranı 0,68 olmuştur. Turizm ile ilgili lisans eğitimi veren okullardaki ikinci eğitim rekreasyon yönetimi programlarına ilişkin 2021 yılında öğrencilerin yapmış oldukları tercihler ve buna ilişkin veriler Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo-6 incelendiğinde devlet üniversitelerindeki rekreasyon yönetimi ikinci öğretim lisans programı bir tane olup, TF bünyesinde olduğu görülmektedir. Necmettin Erbakan Üniversitesi 41 kişilik kontenjanından sadece dört tanesini doldurabilmiştir. İkinci öğretim kontenjanının 0,90'ının boş kaldığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Devlet üniversiteleri bünyesindeki örgün ve ikinci öğretim rekreasyon yönetimi programlarının 2021 yılı için toplam kontenjanı 879 kişidir (KKTC'deki TOYO bünyesindeki rekreasyon programı dahil edilmiştir). Kontenjanların 568 kişilik kısmı öğrenciler tarafından tercih edilmiş, toplamda 311 kişilik kontenjan boşta kalmıştır. Turizm alanında hizmet veren tüm rekreasyon

Tablo 5. Öğrencilerin Devlete Ait Rekreasyon Yönetimi Örgün Eğitim Programları Tercihleri (2021)

Üniversite Adı	Puan	Kontenjan	Yerleşen	Doluluk
Akdeniz Üniversitesi, Manavgat, TF	SÖZ	52	52	1,00
Akdeniz Üniversitesi, TF	SÖZ	52	52	1,00
Balıkesir Üniversitesi, TF	SÖZ	41	41	1,00
Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TF	SÖZ	89	89	1,00
Karabük Üniversitesi, TF	SÖZ	41	14	0,34
Kırklareli Üniversitesi, TF	SÖZ	36	33	0,92
Mersin Üniversitesi, TF	SÖZ	41	41	1,00
Necmettin Erbakan Üniversitesi, TF	SÖZ	62	57	0,92
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, TF	SÖZ	41	41	1,00
Selçuk Üniversitesi, TF	SÖZ	31	31	1,00
Yüzüncü Yıl Üniversitesi, TF	SÖZ	41	19	0,46
Giresun Üniversitesi, TF	SÖZ	31	6	0,19
Dumlupınar Üniversitesi, UBF	SÖZ	31	21	0,68
Korkut Ata Üniversitesi, UBF	SÖZ	41	10	0,24
Ara Toplam		630	507	0,80
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, UBVO	SÖZ	41	6	0,15
Gaziosmanpaşa Üniversitesi, TIOYO	SÖZ	41	1	0,02
Siirt Üniversitesi, TIOYO	SÖZ	41	10	0,24
Sinop Üniversitesi, TIOYO	SÖZ	41	25	0,61
Harran Üniversitesi, TIOYO	SÖZ	41	15	0,37
Ara Toplam		205	57	0,28
Genel Toplam		835	564	0,68

Tablo 6. Öğrencilerin Devlet Üniversiteleri Rekreasyon Yönetimi İkinci Öğretim Programları Tercihleri (2021)

Üniversite Adı	Puan	Kontenjan	Yerleşen	Doluluk
Necmettin Erbakan Üniversitesi, TF	SÖZ	41	4	0,10

yönetimi lisans programlarının 2021 yılındaki ilk yerleştirme doluluk oranı 0,65'tir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Her ne kadar öğrenci kaynakları ve müfredatları bakımından farklılık gösteren iki program olsa da sonuç olarak rekreasyon alanında istihdam edilebilecek potansiyel rekreasyon uzmanlarını yetiştiren rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının kontenjanları ve tercih edilme oranlarında, önemli farklılıklar bulunmaktadır. 2021 yılında yapılan ÖSYM sınavında öğrencilerin yaptıkları ilk tercihlere göre örgün rekreasyon lisans programları 0,31'lik, rekreasyon yönetimi programları ise 0,68'lik kontenjanlarını doldurabilmişlerdir. Rekreasyon yönetimi programları, rekreasyon programlarına göre daha fazla talep görmüştür. Bunun en büyük nedenlerinden biri TF ve turizm ile ilgili yüksek okullardaki rekreasyon yönetimi programlarının öğrencilerini sözel puanla kabul etmeleri olabilir.

Yerleştirme oranı düşük olan ve ÖSYM puanı ile öğrenci kabul eden SBF ve BESYO'lardaki rekreasyon lisans programları, TF'lerindeki rekreasyon yönetimi programlarının daha yüksek doluluk oranına sahip olmasının sözel puan ile öğrenci almalarından kaynaklanabileceğini düşünerek, öğrenci yerleştirme düzeylerini yukarıya çekmek için özel yetenek sınavına bağlı öğrenci almaya yönelebilirler. Bununla birlikte bu tür bir yaklaşım, sadece kontenjanların doldurulması için yapılacak ise çok sağlıklı olmayacaktır. Önemli olan sadece lisans programlarının doluluklarını artırmak değil, eğitim programlarının içeriğini doldurmak ve mezunlarının iş bulabileceği sağlıklı bir sistemi oluşturabilmektir.

2021 yılında örgün rekreasyon yönetimi programlarına ilk tercihlerde bir öğrenci yerleştiren bir devlet okulu, örgün rekreasyon programlarında ise bir kişi ve altı (sıfır) öğrenci yerleştiren beş devlet okulu ve ikinci öğretim rekreasyon programlarına bir kişi ve altı öğrenci yerleştiren üç devlet okulu bulunmaktadır. Öncelikle ikinci eğitim rekreasyon programlarının, şartlar olgunlaşmaya kadar kapatılması önerilebilir. Buna ek olarak açık öğretim rekreasyon programlarının kabul ettiği öğrenci sayıları, bir sınıfı doldurabi-

lecek yeter sayıya dahi neredeyse ulaşamamaktadır. Ekonomide kaynakların sınırlı olmasından ve bu kaynakların daha verimli kullanılması elzem olduğundan, en azından şu şartlar altında ikinci öğretim ve açık öğretimde yer alan rekreasyon lisans programlarının kapatılması, örgün eğitim programlarının desteklenmesi adına da önerilebilir.

Köklü üniversitelerde ve büyük şehirlerde yer alan rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının daha fazla öğrenciyi cezbediği görülmektedir. Bu kapsamda açılacak olan programların, kuruluş yerini de dikkate almasında fayda bulunmaktadır. Var olan durum iyi analiz edilmeli, rekreasyon ve rekreasyon yönetimi programlarının geleceği bir planlama dahilinde yürütülmelidir. Yeni açılan okullarda hem rekreasyon hem de rekreasyon yönetimi kontenjanlarının, büyükşehirler hariç, 30 kişi ile sınırlandırılması, rekreasyon yönetimi bölümlerinin sadece fakültelerde açılması ve yüksekokullarda bu bölümlerin olgunlaşacak kadrolarını ve eğitim-öğretim altyapılarını oluşturuncaya kadar program açmaması, yine kaynaklarımızın daha doğru kullanılması adına önerilebilir.

Şu an için rekreasyon yönetimi programlarının doluluk oranları, ilgili fakülteleri sevindirebilir ama geleceğe yönelik sorunların giderilememesi, daha farklı sorunlara neden olabilecektir. TF'lerindeki rekreasyon yönetimi bölümlerine yönelik bu talep, plansız bir şekilde yeni bölümlerin açılmasını teşvik edebilir. Önemli olan program sayılarının ve kontenjanlarının artırılması değildir. En iyi örnek SBF bünyesindeki rekreasyon programlarıdır. Açık öğretim ve ikinci öğretim programları karşılaştırmaya dahil edilmese dahi, rekreasyon programlarının şu an ki doluluk oranları 0,31'dir. Bölümler birçok nedenle ve değişik baskılarla programların kontenjanlarını artırmak durumunda kalmaktadır. Görülen o ki kontenjanların artması, diğer bir ifade ile arzın artması, her zaman talebi artırmamaktadır. Öte yandan vakıf üniversitelerindeki ve KKTC'deki kontenjanlar incelendiğinde, program başına en fazla 20 ve hatta çoğunluğunda 10 öğrenci olduğu görülmektedir. Aslında bu kontenjanların düşük olduğu dahi söylenebilir. Bununla birlikte ne

yazık ki toplam kontenjanlarının 0,05'ini doldurabilmişlerdir. Diğer bir ifade ile bu programlar öğrencilere cazip gelmemektedir.

Alana yönelik mesleki tanımların yasal olarak düzenlenmemiş olması, mezunların istihdamını kısıtlayıcı bir etmendir. Bu gibi yapısal sorunlar, rekreasyon programlarını tercih edebilecek potansiyel öğrencileri, farklı alanları seçmeye zorlayabilmektedir. Ülkemizde içinde tamamen rekreasyon alanında araştırma yapmış, disiplinler arası yaklaşıma sahip öğretim üyelerinin bulunduğu bir rekreasyon veya rekreasyon yönetimi bölümü bulmak çok kolay değildir. Tüm bunlar alanın geleceği hakkında bazı soruların oluşmasına neden olmakta ve programların tavsiye edilmesini de olumsuz yönde etkilemektedir.

KISALTMALAR

AÖF = Açık Öğretim Fakültesi
 AUÖF = Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi
 BESYO = Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
 EA = Eşit Ağırlıklı
 SBF = Spor Bilimleri Fakültesi
 SÖZ = Sözel Ağırlıklı
 TF = Turizm Fakültesi
 TİÖYO = Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

TOİYO = Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği Yüksekokulu

TOYO = Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu

UBF = Uygulamalı Bilimler Fakültesi

UBYO = Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

KAYNAKÇA

- Kozak, N., Tütüncü, Ö. ve Kozak, M. (2014). Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi Programlarının Amaçları Ne Olmalı?. 6. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı Sonuç Raporu, 17-20 Nisan 2014, Muğla: Bodrum.
- ÖSYM (2021). Yükseköğretim Kurumları Sınavı, <https://www.osym.gov.tr/TR,20842/2021.html>, Erişim tarihi: 15.09.2021.
- Tütüncü, Ö. (2008). Rekreasyon Yönetimi'ne Yönelik Üniversite Düzeyinde Bir Müfredat Geliştirme Önerisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (1): 93-103.
- Tütüncü, Ö. (2012). Rekreasyona Yönelik Disiplinlerarası Bir Doktora Programı Önerisi. I. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 45-760. 12-15 Nisan 2012. Antalya: Kemer.
- Tütüncü, Ö. Akgündüz, Y. ve Yeşilyurt, C. (2019). Rekreasyon Yönetimi ve Turizm İşletmeciliği Bölüm Müfredatlarının Karşılaştırılması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu Özel Sayısı, 112-124.
- Tütüncü, Ö. (2018). Fakülteleşme ve Rekreasyon Bölümleri, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (2): 265-271.
- Özkan TÜTÜNCÜ, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Necatı Hekkon Spor Bilimleri Fakültesi, Rekreasyon Bölümü, 35330, Seferihisar, İzmir.
 E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr
 ORCID: 0000-0002-2482-0893



Turizm Tarihinin Kaynakları-2

Murat HANILÇE

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Fen Edebiyat Fakültesi

Anatolia'nın geçtiğimiz sayısından itibaren ülkemizde son zamanlarda giderek yaygınlık kazanan Turizm Tarihine malzeme sağlayan çeşitli kaynakları tanıtmaya başlamıştık. Bu sayıda da arşivler ve seyahatnameler üzerindeki yolculuğumuza devam edeceğiz. Köşemizin bu ikinci bölümünde Osmanlı Arşivi ve Orta Çağ seyyahlarına değineceğiz.

I. KISIM: TURİZM TARİHİ ARAŞTIRMALARI İÇİN ARŞİVLER-2

Turizm ve Turizm Tarihi Araştırmaları İçin Köklü ve Dinamik Bir Arşiv: BOA (Cumhurbaşkanlığı Osmanlı Arşivi)

Osmanlı Arşivleri (BOA)¹, Osmanlı Devleti zamanında üretilip Türkiye Cumhuriyeti'ne intikal etmiş evrakların muhafaza edildiği, tasnif çalışmaları yapılarak gün yüzüne çıkarıldığı ve araştırmacıların hizmetine sunulduğu bir kurumdur. Osmanlı Dönemi'nde *Hazine-i Evrak* olarak anılan Osmanlı Arşivleri, devletin ulaştığı geniş sınırlar düşünüldüğünde, günümüz Balkan Devletleri ile Orta Doğu Devletleri, Afrika ülkeleri ve onların komşusu olduğu devletler de hesaba katıldığında 40'tan fazla ülkenin tarihi mirasını barındırmaktadır.

Arşivde 95 milyonun üzerinde belge vardır. Bu belgeler içerisinde 400 bini aşkın defter bulunmaktadır. Arşivin mevcut raf uzunluğu 120 kilometreyi aşmaktadır. Bu yönüyle dünyanın en zengin arşivlerinden birisidir. Osmanlı Devleti'nin merkez teşkilatını meydana getiren

Divan-ı Hümayûn, Bâb-ı Defterî, Bâb-ı Âsafî, Bâbiâlî ve bunların çeşitli daire ve kalemlerine ait sicil, defter ve vesikaları, yani Osmanlı Devleti'nden intikal eden en zengin ve çeşitli arşiv malzemesini ihtiva etmesi sebebiyle Osmanlı Devleti'nin ana arşivi hüviyetini taşımaktadır.

Osmanlı Devleti'nin kuruluş dönemine ait oldukça az sayıda belgeye sahip olursa da I. Süleyman (Kanunî) Devri'nden itibaren artan sayıda defterlerin ve evrakın günümüze kadar intikal ettiği ve saklandığı Osmanlı Arşivleri'nin modern anlamda alt yapısı yine Osmanlı Devri'nde kurulmuştur. 1845 yılında devrin Maliye Nazırı Safveti Paşa'nın girişimleriyle başlayan arşivin kurumsallaşma serüveni 1837 yılında Maliye Nezâreti'ne dönüştürülmüş olan *Bâb-ı Defterî* döneminden kalan ve Topkapı Sarayı'ndaki *Enderûn Hazinesi*'nde saklanan milyonlarca belgenin günümüz tasnif anlayışına uygun olarak, kalemlerine göre ayrılıp depolara konularak devam etmiş, nihayetinde 1846 yılında Hazine-i Evrak'ın kurulması ile tam anlamıyla modern Osmanlı Arşivi kurumunun temeli inşa edilmiştir.

1849'da yayımlanan *Hazine-i Evrak Nizamnamesi* ile Türk arşivciliğinin yasal temelleri atılmış ve Osmanlı Devleti'nin sonuna kadar bu isimle anılmaya devam etmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'ne miras kalan bu zengin arşiv *Başvekâlet Evrak ve Hazine-i Evrak Müdürlüğü*, 1943'te *Başvekâlet Arşiv Umum Müdürlüğü*, 1984'te *Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü* isimleri altında 2018 yılına kadar devam etmiş; aynı yıl çıkarılan KHK (Kanun Hükmünde Kararname) ile *Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı* adını almıştır.

¹ Osmanlı Arşivi Uzmanı Doktora öğrencim Ümit Baki Erdem'e bu kısım hazırlarken sağladığı her türlü katkı için teşekkür ederim.

Nasıl ki 1846 yılında Hazine-i Evrak'ın kurulması, arşiv evrakları için bir dönüm noktası ise Cumhuriyet Türkiye'sine miras kalan bu kurum için önemli bir diğer dönüm noktasını Cumhurbaşkanlığı Turgut Özal'ın arşive olan ilgisi ve talimatları teşkil eder. Alınan çok sayıda personel ve sağlanan maddi-manevi imkânlarla arşivde tasnif çalışmaları hızlandırılmış; çürümeye terk edilmiş arşiv evrakı İstanbul Hasdal, Beyazıt, Pertevniyal Lisesi, Sultanahmet, Süleymaniye ve Çapa'da arşiv uzmanlarının eşsiz çabalarıyla gün yüzüne çıkarılmıştır.

Osmanlı Arşivi İstanbul'da uzun yıllar Sultanahmet'teki binalarında hizmet vermiştir. *Kağıthane*'deki arşiv külliyesi inşası 2013'te tamamlanınca buraya taşınmıştır. Modern arşivcilik teknikleri ve belge saklama koşullarına sahip bir külliye şeklinde tasarlanan yeni arşiv yapıları 122 bin metrekarelik bir alanda yayılmıştır. Yapılar, merkezi otomasyon sistemleriyle kontrol edilen 800'ü aşkın kameraya sahiptir. Arşiv evrakı sadece ilgili uzmanlarca parmak izi ile girilebilen, ısı ve nemli anlık kontrol edilen depolarda muhafaza edilmektedir. Bu depolardaki Osmanlı arşiv mirası Dünya arşivcilik uygulamalarında kabul edilen 18-21 °C arası ısı ve yüzde 45-55 arası nem oranları ile korunmaktadır.

Osmanlı Arşivlerinin ait olduğu dönemin hukukî yapısı, başka bir deyişle ait olduğu Osmanlı Devleti sona ermiştir. Böylece arşivin ait olduğu devletin evrak üretimi durmuştur. Bununla birlikte, Osmanlı Devleti'nin ortadan kalkması ve evrak üretiminin durmasına bakarak arşivin statik bir yapıya sahip olduğu izlenimine kapılmamak gerekir. Her ne kadar Osmanlı Devleti sona erse de Osmanlı Arşivi halen dinamik bir yapıya sahiptir. Arşive dışarıdan hibe edilen, satın alınan ve arşiv kataloglarında HSD koduyla yer alan evrakların yanında Devlet Arşivleri Başkanlığı ve ilgili kurumların iş birliği ile Makedonya, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki Osmanlı Dönemi'ndeki evrakın dijital görüntülerinin Osmanlı Arşivi'ne aktarılması ile bu dinamizm korunmaktadır.

Arşivde I. Süleyman'dan (Kanunî) itibaren padişahların el yazıları, diğer devletlerle yapılan

anlaşma metinleri, Osmanlı Devleti'nin son dönemine ait günümüzde akademide ve halk nezdinde etkileri hala görülen ve tartışılmalı önemli evraklar vardır. Küçük Kaynarca Antlaşması, Karlofça Antlaşması, Sened-i İttifak, Tanzimat Fermanı, Islahat Fermanı, Balta Limanı Antlaşması, Ayastefanos Antlaşması, Uşi Antlaşması, Cihad-ı Ekber Fetvası, Mondros Ateşkes Antlaşması, Mustafa Kemal Paşa'nın Dokuzuncu Ordu Müfettişliği'ne tayini hakkında Harbiye Nezaretî'nin talebi ve VI. Mehmed Vahdeddin'in İradesi, Amasya Genelgesi Beyannamesi, Erzurum ve Sivas Kongreleri Beyannameleri, Misak-ı Milli Beyannamesi, Temsil Heyeti Reisi Mustafa Kemal'in TBMM'nin açılması için yaptığı çağrı gibi yakın tarihimizin dönüm noktalarını teşkil eden evraklar bunlardan önemli birkaçıdır.

Osmanlı Arşivi daha çok akademik çalışmalar için eşsiz ve temel bir kaynak sağlayıcı gibi görünse de arşivin sıradan bir vatandaş ilgilendiren yönleri de vardır. Soy kütüğü araştırmalarına son dönemde giderek artan ilgi bu tezi desteklemektedir. Kişilerin geçmişe olan merakı, nereden ve hangi bölgeden geldikleri konusundaki merak ile son dönemlerde Osmanlı Türkçesine artan ilgi birleştiğinde Osmanlı Arşivleri'ne müracaatların arttığı görülmektedir. Osmanlı Devleti'nin 1831 yılında ilk kez uyguladığı *nüfus sayımları* ve bunlara ait 18 bini aşkın defter ile 1845 yılından başlayarak tutulmaya başlanan ve sayısı 17 bini aşan Temettuat Defterleri atalarını merak eden araştırmacılara zengin kaynak sunmaktadır.

İstanbul Kağıthane'deki Osmanlı Arşivi'nin ziyaretçilere sunduğu en ilgi çekici bölümlerinden birisi de müze kısmıdır. *Hazine-i Evrak Daimi Sergisi* adı altında hizmet veren bu müzede daha önce zikredilen antlaşma metinlerinin görsel malzemelerinin yanı sıra padişahların ve maiyetindeki eşleri ve kızlarının el yazılarının orijinal belgelerle teşhirleri ile Fatih Sultan Mehmed Han'ın Bosna Fermanı, Kanuni Sultan Süleyman'ın el yazısı, Revan Adaletnamesi, Sultan III. Murad'ın İngiltere'ye yardım için donanmanın gönderileceğini bildiren mektubu, Sultan II. Abdülhamid'in Boğaz Köprüsü Projesi'nin çizimlerinin yanında zengin tezhiplerle süslenmiş fermanlar, beratlar, mühürler, madalyalar, resimler, arşiv

Turizm Tarihi İncelemeleri

Tablo 1. Osmanlı Arşivinde Turizm Dair Bazı Belgelerin Tasnifi ve Belge Sayıları

Anahtar Kelime	Belge Sayısı	Anahtar Kelime	Belge Sayısı	Anahtar Kelime	Belge Sayısı	Anahtar Kelime	Belge Sayısı
Araba	16656	Gazino	770	Karantina	6247	Sefine (Gemi)+Sefain (Gemiler)+Vapur	6236+8143+54009
Asar-ı atik(a)+antika+eski eser+arkeoloji+hafriyat	3431+698+1431+120+6821	Geçiş	7669	Kafile+Karban+Kervan	516+48+394	Seyahat+Seyehat	11536+107
Aşevi+Aşhane	6+18	Gelecek	20315	Kasr+Köşk	9049+2129	Seyahat Pusulası+Seyahat Ruhsatnamesi	10+9
Atebat-ı Aliyat+Atebat-ı Ulya+Atebe-i Ulya	28+12+398	Gelip giden	1687	Kayık	7262	Seyahat-ı Hümayun+Seyahat-ı Seniyye+Seyahat-ı Şahane	210+110+281
Avdet+Geliş+Dönüş	17642+2931+4726	Gemi	14975	Kebapçı	115	Seyr+Seyr ü sefer+Seyrüsefer	5474+1126+426
Azimet+Gidiş	17127+3371	Geşt ü güzar+Keşt ü güzar (gezip dolaşma)	397+15	Kervansaray	446	Seyyah+Seyyahin (Seyyahlar)	1075
Bahri-bahr-bahren	30561	Gezecek	166	Kiler+Kiler-i amire	29526+846	Sıla-i Rahim (Akraba ziyareti)	75
Balos+Baloz+Meyhane	53+12+555	Gezen	653	Lokanta+Restoran	192+5	Sinema	258
Bargir+Beygir+Esb	6318+6364+498	Gezi	557	Lostarya (Küçük han-otel)	3	Sirk	118
Berr+Berren	286+433	Gidecek	20313	Matbah+Mutfak+Matbah-ı amire (saray mutfığı)	14451+1502+8627	Surre (Kutsal topraklara yollanan hediyeler)	11780
Bilet	3069	Götürecek	1017	Mekari+Mekareci+Mekhari+Mekkarici+Kiracı (Nakliyeci)	1532+19+21+1303+1216	Şekerci	619
Binek	534	Gümrüğü+gümrük	70330+70277	Menzil+Konak (Posta durağı)	14335+21196	Şerbetçi	330
Birahane	65	Hac+Hacc	29593+1541	Menzil beygiri	2304	Şimendifer+Tren+Tramvay+Katar	6343+2862+2463+2184
Cisr+Köprü	7657+11355	Hac emini	4353	Mihmannüvaz (Misafir ağırlayan)	6	Şirket-i Hayriye	2894
Çeşme	8472	Hac müjdecisi	37	Misafir+Misafirhane	4814+739	Tarik (Kara yolu)+Turuk (Kara yolları)+Şose+Yol	9341+3022+2294+64144
Çırağan	2827	Hacı+Hüccac (Hacılar)	131418+1849	Muhallebici	78	Tayinat (Yiyecekler)+Yemek+Yiyecek	30752+219+2724
Demiryol	32617	Hamam	6151	Mürur (Geçip gitme)	15617	Tenezzüh (Gezinti)	276
Deniz Hamamı	250	Han	106271	Mürur tezkire/leri	494	Tercüman	14055
Debend+Derbent+Geçid+Geçit+Maabir+Meabir+Memerr+Derbentçi	2568+601+749+978+356+1117+23+111	Harekat+Hareket	9011+54665	Mürurname	3	Teşebbüsat-i Temsiliye-i Osmani Anonim Şirketi	6
Deve+Şütür	2729+30318	Haremeyn+Hicaz+Medine+Mekke	17813+30054+21377+19596	Müskirat (Alkollü içkiler)	4029	Tezkire	46959
Dondurma	25	Harita	3948	Müze	4389	Tezkiresiz seyahat	230
Ebna-i Şebil (yolcular, seyyahlar)	79	Hayvan+Hayvanat+Hayvanat-ı Ehliye	16564+7902+842	Nafia (Bayındırlık)	35426	Topkapı Sarayı	4468
Ecnebi (yabancı)+Ecanib (yabancılar)	21068+1014	Helvacı+Helvayı	566+222	Nakil	10078	Transit	1153
Eğlence	169	İmaret	12836	Nakliye	28487	Turist+Turistik+Turizm	104+36+7
Ekmek+Fodula+Ekmekçi	8759+1466+3468	İrsal (Göndermek)	55932	Otomobil	1660	Vasil (Ulaşan)	7695
Esna-yı rah (yolculuk esnasında)	260	İsal (Ulaştırma)	2661	Panayır	1863	Vize-vize resmi	16109
Ester+Katır	1873+30521	İskele+Liman	5425+22329	Pasaport+Pasavan	25973+1128	Yol emri+yol hükmi-şerifi+yol hükmü+yol mektubu	1015+75+667+1203
Fuar	516	İzin tezkeresi	44	Pastacı	22	Yolcu	7422
Galata	23180	Kahvaltı	48	Saray	27722	Zair (Ziyaretçi)+Zuvvar+Züvvar (Zairin çoğulu)	23+174+211
Garson	56	Kaplıca	164	Sayfiye+Yazlık	196+699	Ziyaret	13377

evrakının saklanması için kullanılan torbalar, sandıklar ve paralar gibi çok zengin tarihi malzemeler sunulmaktadır.

Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi'nde, 1 Mart 2002 tarihli 24682 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan "Devlet Arşivlerinde Araştırma ve İnceleme Yapmak İsteyen Türk veya Yabancı Uyruklu Gerçek veya Tüzel Kişilerin Tabi Olacakları Esaslara" göre üye olunarak araştırma yapılır.

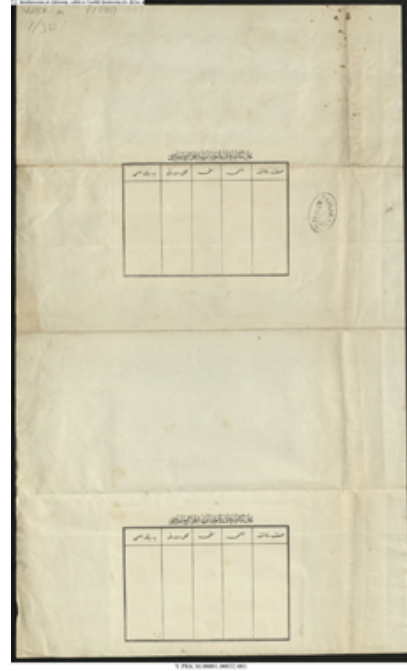
Osmanlı Arşivi'nde Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan itibaren Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna kadarki döneme ait Osmanlı Devleti merkez kurumları ile taşra idareleri arasında yapılan yazışmalar, Türkiye toprakları dışındaki Osmanlı sınırları üzerinde kurulu 40 civarında devletin tarihine ait kayıtlar, Osmanlı Devleti'nin diğer yabancı ülkelerle olan siyasi ve ticari ilişkilerine ait belgeler, devlet idaresi ile ilgili oluşturulan kanun, yönetmelik, nizamname gibi mevzuat kayıtları, devlet görevlilerinin tayin, terfi ve azil kayıtları, bazı dönemlerdeki devlet memurlarının sicil kayıtları, arazi tahrir kayıtları, timar, zeamet ve has gibi toprak kullanımına ait kayıtlar, vakıflara ait vakfiye, muhasebe, görevlendirme (tevcih, tevliyet vb.) kayıtları bulunmaktadır.

Osmanlı Arşivlerinin Turizm Tarihi ve Turizme Dair Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme: Osmanlı Arşivlerindeki belgeler arşivin sitesinde bulunan belge tarama sisteminden taranabilmektedir. Ayrıca belgelerin önemli bir kısmının dijital kopyaları online olarak araştırmacılar tarafından görüntülenebilmektedir. Turizm tarihinin konusuna giren belgeler de arşivde geniş yer tutmaktadır. Aşağıdaki tabloda turizm tarihinin konusuna girebilecek bazı arama kavramlarını çıkardık ve bu kavramlarla ilgili arşivde karşımıza çıkan belge miktarını belirledik. Bu meyanda dikkatimizi çeken bazı hususları da turizm tarihi çalışması yapan araştırmacılarla paylaşmayı görev saymaktayız. Malum olduğu üzere turizm ve turist kavramları 19. yüzyıl gibi geç bir zaman dilimine aittir. Haliyle bu konularda belge arayan araştırmacıların modern tabirlerle arşivden belge arayıp bulması çok zordur. Örnek vermek

gerekirse arşivde "turist" kavramıyla arama yaptığımızda 104 belgeye ulaşırken "turist"le yakın anlamda olan ve Osmanlı Devleti zamanında daha fazla tercih edilen "züvvar" (ziyaretçiler) kelimesinden 211 belgeye ulaşılabiliriz. Ayrıca "taramayı "zuvvar" olarak yaptığımızda 174 belgeye daha erişilebilmektedir. Öte yandan Osmanlı Devleti'nden bugüne ulaşan çeşitli belgelerde bazı kavramlar Türkçe ya da Arapçasıyla kullanılabilmektedir. Benzer şekilde bazı kavramların Farsçası, hatta birçok dilde aramasıyla da belirli sonuçlar elde edilebilmektedir. Örneğin "yol" kavramıyla ilgili bir taramada 64144 adet belgeye ulaşılırken, "yol" kelimesinin Arapçası "tarik" kavramıyla yapılan taramada 9341, "tarik" kelimesinin çoğulu "turuk" kelimesiyle yapılan taramada 3022 ve "şose" kavramıyla yapılan taramada 2294 belge daha çıkabilmektedir. Hazırladığımız listenin araştırmacılara bir fikir vereceği umudunu taşıyoruz. Gelecek sayıda Devlet arşivleri içerisinde yer alan Cumhuriyet Arşivindeki belge türleri ve Turizm Tarihinde kullanımını değerlendirmeye gayret edeceğiz.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, A. (1998). Yakınçağ Osmanlı Sosyo-Ekonomik Tarihi Araştırmalarında Kaynak Sorunları: Arşiv ve Arşiv Dışı Malzemenin Önemi, *İslam Araştırmaları Dergisi*, 2: 165-170.
- Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/osmanlinin-hafizasi-buyuk-tehlike-atlatmis/83108>, Erişim tarihi: 15 Ekim 2021.
- Binark, İ. (1994). *Türk Arşivlerinin Kısa Tarihçesi ve Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü'nün Faaliyetleri*. Ankara: Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayını.
- Rukancı, F. (2008). Osmanlı Devleti'nde Arşivcilik Çalışmaları, *Türk Kütüphaneciliği*, 22 (4): 414-434.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı, <https://www.devletarsivleri.gov.tr/Sayfalar/Sayfa.aspx?icerik=9&h=ADA45D7B737CBC58F13C672C0AECCA8E9F0DDB54A7AB8426349949A5FDEB9E15>, Erişim tarihi: 10 Ekim 2021.
- Yazarsız (2017). *Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi*. İstanbul: T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayını.



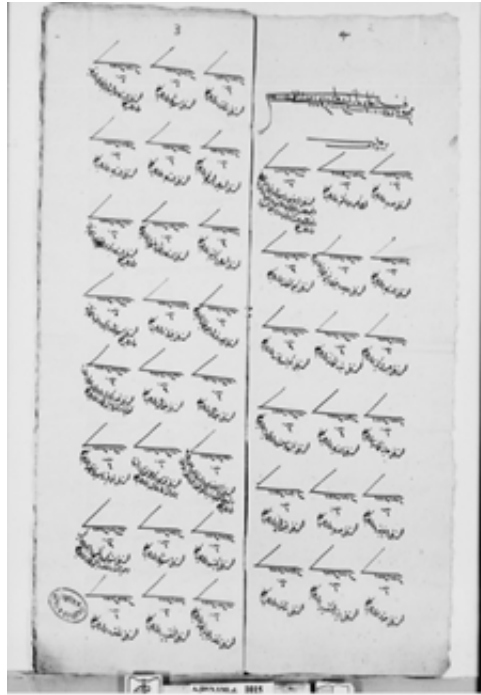
Belge 1. BOA.Y.PRK.M.00001.00032.001-Bulgaristan'a gideceklere mahsus mürür tezkeresi (H. 29 Zilhce 1295/M.24 Aralık 1878 tarihli)-Tezkere Osmanlı Türkçesi ve Fransızca dillerinde düzenlenmiştir. Tezkerede sahibinin ismi, eşkâli, boyu, gözü, burnu, ağzı, bıyığı, sakalı, çenesi, çehresi, rengi, mezhebi, alamet-i farikası gibi bilgilere yer verilmiştir.



Belge 2. BOA.Y.PRK.DH.00001.00083.002-Cemile Sultan'ın Kethüdâsı Cevher Ağa'ya verilen mürür tezkiresi (H. 25 Rebülevvel 1302/M. 12 Ocak 1885)



Belge 3. BOA.Y.PRK.TNF.00001.00023.001-Boğaziçi'nde yolcu taşımak ve Bahr-i Sefid (Akdeniz) ve Bahr-i Siyah (Karadeniz) boğazlarında gemi çekmeyi sağlamak için tertip edilen hisse senedi (H. 23 Şevval 1298/M. 18 Eylül 1881)



Belge 4. BOA.A.DVN.YML.d.-Bir Menzil ve Yol Defteri Örneği (Bu defterde yollardaki posta menzillerinde duranlar ve aldıkları atlar hakkında bilgiler bulunmaktadır.)

II. KISIM: GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE SEYAHALAR VE SEYAHATNAMELERİN TASNİFİNE DAİR BİR DENEME-2

Yazı dizimizin bu ikinci yazısında Orta Çağ'daki seyahatleri konu edineceğiz. Seyyahlara geçmeden önce Orta Çağ'da özellikle Avrupa'da seyahati şekillendiren bazı hususları aydınlatmaya çalışacağız.

Ulaşım ve iletişim olanaklarının günden güne daha geliştiği 21. yüzyıldan geriye dönüp bakıldığında, Orta Çağ'da Avrupa ve dünyanın geri kalanında yaşayan insanların çevrelerindeki dünya hakkında fazla bilgi sahibi olmadıklarını düşünmek büyük bir kolaylıktır. Orta Çağ'ı yaşayan Avrupalılar aslında sınırlarının ötesindeki topraklarla derinden meşguldürler. Çoğu zaman, bu etkileşim, ilk elden deneyimden ziyade edebiyat tarihinden daha fazla etkilenen metinlerde ve haritalarda yer alarak, gerçek olmaktan daha yaratıcı bile olabilmektedir. Orta Çağ'ın kâşifleri ve tüccarları, tahmin edilenden çok daha uzaklara gitmişlerdir. Gerçekleştirdikleri seyahatlerle çeşitli kültürel etkileri de beraberlerinde getirmişlerdir.

Orta Çağ'da bazı insanların yerel pazardan daha uzağa gitmediği ve seyahat etme imkanına sahip olmadığı doğrudur. Örneğin *villeins* (köylüler), lordlarına bağlıydı ve onun izni olmadan köylerinden ayrılamazlardı, ancak özgür adamlar istedikleri yere gidebilirlerdi. Orta Çağ'da sıradan insanlar için seyahat etmenin en yaygın nedenleri bir türbeyi ziyaret etmek veya savaşmaktı. Birçoğu yaşadığı yere oldukça yakın yerel bir kiliseyi ziyaret etmekten hoşnuttu. Özellikle İngiltere'de, ülke sınırları içerisinde *Walsingham* ve *Canterbury* gibi daha uzak yerlere gitmeye cesaret edenler oldu. İmkân sahibi kimseler, daha uzaklara, yurtdışına *Compostela*, *Roma* veya *Kudüs'e* gitti. Kilise cemaati için hacca gitmek olağan bir aktiviteydi. Turizm tarihçilerine göre, kafile halinde ilerleyen hacılar zamanlarının turistleriydi. Bu açıdan hac kafileleri inanç turizminin belki de ilk öncüllerindendi.

Orta Çağ'da ordular da seyahat etti. Örneğin İngiltere'de yerel bir toplanma yerinde bir araya gelen askerler daha sonra İskoçlarla savaşmak için kuzeye ya da Fransızlarla savaşmak için gü-

neye gitmek amacıyla ordunun geri kalanına katılmak üzere yola çıkmaktaydılar. Bazı ülkelerde yönetim biçim ve organizasyonu da Orta Çağ'ın seyahat alışkanlıklarında belirleyici olmuştur. Örneğin, İngiltere'de parlamentonun toplanması demek, ülkenin farklı kesimlerinden gelen soylular, kıdemli din adamları, şövalyeler ve kasabalıların, başka bir deyişle yaklaşık dört yüz adam ve bunların maiyeti ve hizmetçilerinin yollarda ilerlemesi demektir. Onlara ev sahipliği yapmak yol üzerinde bulunan bazı küçük kasabalar için büyük bir yükü. Bu bakımdan İngilizler, parlamentonun, kalacak yer bulmanın daha kolay olduğu *Westminster*'de toplanmasını savundu. Bu bakımdan, birçok soylu ve piskopos *Londra*'da kendilerine konaklama yerleri satın almak durumunda kaldı. İngiltere'de yollar boyunca ilerleyenler arasında din adamları da önemli bir yer tutuyordu. Başpiskoposlar ve piskoposlar, Orta Çağ'da bir ara, papanın ikamet ettiği Fransa'daki *Avignon*'a gidip geldiler ve piskoposlukları sınırı içindeki yerleşim yerlerini de ziyaret ettiler. İnsanların kendi kiliselerinde işitemeyecekleri şeyleri öğreten birçok *gezgin vaiz* de vardı.

Orta Çağ'da seyahat etmek hafife alınacak, sıradan bir uğraş değildi. Uzun mesafeli bir yolculuk kapsamlı ve ciddi ön hazırlık ve yol arkadaşları gerektiriyordu. Tek başına seyahat etmek güvenli değildi. Yollar haydutlar tarafından kuşatılabilirdi. Bunlar genellikle, İskoçlara ve Fransızlara karşı savaşta yaşanan durgunluk sırasında ev ya da memleketlerine geri dönmeyen ve başka bir iş tutmayan askerlerdi. Orta Çağ'da haritacılık yaygın olmadığı gibi mevcut haritaların amacı da bir gezgine yardım etmek değildi. Bu yüzden insanlar, haritalar yerine seyahat planlarına başvurmak zorunda kalmıştır. Bu planlarda bir güzergâh olurdu. Güzergâh, başlangıç noktası ile varış noktası arasındaki yerleri listelerdi. En azından rotanın ilk kısmında biraz deneyimi olan biriyle seyahat etmek büyük bir şanstı. Böyle bir yoldaşı olmayan yolcu, bulunduğu kasabanın sakinlerine bir sonraki yere nasıl gideceğini sormak zorundaydı. Bazen nehirler yolculara yardımcı olurdu. Büyük bir nehri takip eden yolcu, er geç kendisini pazar kurulan büyük bir kasabada bulabilirdi.

Manastırlar ve hacıların ve diğer yolcuların geceyi geçirebilecekleri *bakımevleri* veya *misafirhaneler ve hanlar* 14. yüzyılın ortalarında kara veba ortaya çıkana kadar yavaş yavaş arttı. Soylular aynı zamanda kendi sınıflarından olanlardan konukseverlik isteyebilirlerdi. Çoğu zaman gelecek gece için kalacak yerlerini ayarlamaları için önceden haberciler gönderirlerdi. Kapalı konaklamanın olmadığı veya grubun kapalı tesisler için çok büyük olduğu yerlerde, gezginler açık havada uyuyabilirdi. Bununla birlikte, haydutların yarattığı tehlikeler göz önüne alındığında, bireysel gezginler çoğunlukla korunmak için bir gruba katılmaya çalışırlardı. *Chaucer'ın Canterbury Masalları*'nda bir araya gelip yola çıkan *hacılar* bu duruma iyi bir örnektir.

Orta Çağ'ın Seyyahları

Orta Çağ'da Seyahatleri Yönlendiren Nedenler: Çoğunlukla karanlıkla anılsa da Orta Çağ hareket halinde bir dünyaydı. Örneğin, kırsal kesimlerdeki gençler, kendilerine sosyal statüsü yüksek bir eş ya da daha iyi bir iş bulabilmek için şehirlere göç etme yolunu seçerlerdi. Gerçekten de modern öncesi zamanlarda şehirlerin artan ölüm oranı, onları "nüfus batağı" haline getirdiğinden, şehir büyümesi mutlaka yüksek düzeyde göçlerin bir neticesiydi. *Madenciler* ve *değirmenciler* gibi çağın sanayisini yönlendirenler de yer değiştirme konusunda dikkat çekici örneklerin başında gelmekteydi. Almanya Schwarzwald'daki madenciler, ekonomik, politik veya başka herhangi bir nedenle yeni madenlere gidip çalışabilme özgürlüğüne sahipti. İngiltere'deki değirmenciler gittikleri yeni yerlerde sürekli talep görüyordu. Orta Çağ'da Doğu ve Batı'daki seyahatler her ne kadar farklı kimlikte insanların seyahatleri olsa da insanların benzer ihtiyaçlara sahip oldukları düşünüldüğünde seyahatleri tetikleyen faktörler üç aşağı beş yukarı benzerdi.

Orta Çağ'da seyahat, yüksek mevkileri işgal eden insanlar arasında çok daha yaygındı. Kralar sıklıkla yurt içi seyahatler gerçekleştirirlerdi. Haberleri etkin bir şekilde duyuracak medyanın henüz ortaya çıkmadığı bir çağda, bir kralın zaman zaman krallığının her yerinde kendini göstermesi, yerel yetkilileri desteklemesi ve ayrıca

insanlara hükümdarın kim olduğunu hatırlatması gerekiyordu. Bu türden seyahatlerde kral, ailesi ve maiyetiyle birlikte yolculuk yapardı. Krallar kendi korumasındaki soyluları da ziyaret ederlerdi. Gerçi bu türden ziyaretler her zaman hoş karşılanmıyordu. Çünkü kalabalık maiyetiyle birlikte gelen kralı ağırlamak ev sahibine her zaman pahalıya mal oluyordu. Bu açıdan kral herhangi bir yerde üç haftadan fazla kalamazdı. Soyluların da genellikle ülkenin dört bir yanına dağılmış ve zaman zaman ziyaret edebilecekleri mülkleri vardı. Onlar da mülklerine seyahatler gerçekleştirebilirdi.

Orta Çağ'da din amacıyla yapılan seyahatler oldukça yaygındı. Misyonerler, genellikle gemiyle, Kuzey Afrika'ya veya Anadolu'ya kadar seyahat ettiler. Bununla birlikte, yalnızca birkaç insanlara vaaz etmeyi başarabildi ve güvenli bir şekilde geri dönebildi. Birçoğu farklı nedenlerle hastalandı ya da çeşitli kazalardan dolayı yolculuk sırasında hayatını kaybetti. Orta Çağ'da hac, seyahat etmenin çok özel bir şekliydi. Orta Çağ'da Hristiyan hacılar için en popüler üç yer *Roma*, *Santiago de Compostela* ve *Kudüs*'tü. Compostela'ya giden yol, *Cluny (Kluni) Tarikatı* tarafından organize edildi ve yol boyunca manastırlar hacı adaylarına yiyecek ve barınak sağladı. Hac yolları boyunca ve kutsal yerlerin çevresinde kurulan çeşitli işletmeler hacıların yemek, barınma ve ulaşım ihtiyaçlarını karşıladı. Ayrıca bu süreçte modern rehber kitapların prototipi olan özel *rehber kitaplar* da ortaya çıkmaya başladı. Bu rehber kitaplarda yol tarif ediliyor ve hacılara yol boyunca nelerle karşılaşacakları etraflıca anlatılıyordu. Örneğin, bir rehber, hacılara yolda karşılaşacakları bir yer hakkında şöyle diyordu: "Burası ıssız bir bölge; ekmek, şarap, et, balık, su veya kaynak yok; burada köyler de nadirdir." Geoffrey Chaucer'ın *Canterbury Masalları*'na bakıldığında her türden insanın hacca gittiğini söylemek mümkündür. Bir şövalye, bir değirmenci, bir aşçı, bir tüccarın karısı, bir doktor, bazı rahibeler ve diğer çeşitli karakterler muhtemel hacı adaylarıdır. Toprağa bağlı serfler dışında, köylülerden soylulara kadar hemen hemen her statüden insanlar Orta Çağ boyunca hacca gitti. Ayrıca hacıların kafiye halinde seyahat ettiklerini söylemek de gereklidir. Hacıların çoğu bir grup arkadaş, akraba, komşu veya

yabancıyla seyahat etti. Bu, hırsızlar ya da haydutlar tarafından saldırıya uğramamak için etkili bir yöntemdi.

Haçlı Seferleri, yarı sefer ve yarı hac olduğu için, seferlere katılan Avrupalılar/Hristiyanlar açısından hacdan daha özel bir seyahat anlamına geliyorlardı. Seferler, Kudüs'ü de kapsayan kutsal toprakları Müslümanların elinden geri almayı amaçlıyordu. Çeşitli sınıflardan insanlar Haçlı Seferlerine şöhret ve servet kazanmak, günahlarını bağışlatmak ya da sadece Kudüs'e giden Hristiyan hacıları korumak ve Hristiyan ülkesini Kudüs topraklarında yeniden inşa etmek gibi çeşitli amaçlarla katılmışlardır. Haçlı Seferlerine bu kadar çok insan katıldığı ve seferler çok uzun sürdüğü için Haçlıların seyahat ederken kullandıkları ulaşım araçları ve yolları çok çeşitlidir. Haçlı Seferleri, başlangıçtaki hedefi olan Kudüs'ü geri alma konusunda başarısız olmasına rağmen, sonuç olarak diğer kültürleri Avrupa'ya getirme bakımından Avrupa'nın tarihi seyrinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır.

Bir savaşta herhangi bir görev nedeniyle yer almak, o kişi için bazen ülke sınırları içinde, çoğu zaman ülke sınırları ötesinde seyahat etmeyi gerektiriyordu. Örneğin Fransızlarla yaptıkları Yüzyıl Savaşları (1337-1453) içerisinde yer alan Crecy (1346) ve Agincourt (1415) muharebelerinde savaşan İngiliz askerleri denizi geçmek zorunda kaldılar. Bu tür bir seyahat, hem ülke dışına çıkışı, uzun yıllar sonra savaştan eve dönüşü bir arada içeriyordu. İnsanların savaşlar dolayısıyla seyahatlere çıkmalarının başlıca nedeni, bir başkasının, örneğin papanın veya kralın, onların savaşmasını istemesidir. Ancak savaşçıların ganimetten pay alma veya ün kazanma arzusu gibi daha pek çok durum savaş gezginliğinin sebepleri arasındaydı.

Tarihin her döneminde olduğu gibi Orta Çağ'da da ticaret için seyahat oldukça yaygındı. Alacak ya da satacak mal bulmak için sık sık seyahate çıkan tüccarlar, duruma göre hem deniz hem de kara yollarını tercih edebiliyordu. Avrupalı tüccarlar Afrika'dan köle, şeker, altın, fildişi ve değerli taşlar; Asya'dan ipek, kürk, halı gibi değerli eşyalar ile biber ve tarçın gibi değerli baharatlar getirdiler. Kutsal topraklardan dönen Haçlılar,

pirinç, pamuk, parfüm, ayna, limon ve kavun gibi egzotik mallarla ülkelerine ulaştılar. Ayrıca Avrupa'nın ürettiği şarap, tuz, yün, bakır, balık ve kerestenin pazarlanması da oldukça önemliydi. Tüccarlar ve denizciler satacak bir şeyler bulmak için büyük riskler aldılar. Bunlar için, kötü hava koşulları ve korsanlar sürekli tehditlerdi. Bir mürettebat gemi kazası geçirdiyse kurtarılan umutları çok azdı, çünkü birçok ülkede, kazaya uğrayan bir gemiden kurtarılan tüm ganimetin, hayatta kalanlar olmadığı sürece, bulanların mülkü olduğunu söyleyen yasalar vardı. Tüccarlar, çoğunlukla, eski Roma toprakları üzerinde ortaya çıkan ve bir pazar kurulan kasabalar arasında seyahat ettiler. Pazarlar genellikle ibadetten sonra kilisenin etrafında kurulurdu. Bu nedenle yollar hafta sonları hem tüccarlar hem de pazara bir şeyler almak için gelen insanlarla dolu olurdu.

Orta Çağ'da kalfalıktan ustalığa geçmek ve farklı atölyelerde deneyim kazanmak için bir kasabadan diğerine geçmek, Avrupalı bir usta adayının eğitiminin önemli bir parçasıydı. Almanya'da Orta Çağ boyunca ve sonrasında genç kalfaların çıraklık eğitimlerinden sonra birkaç yıllığına seyahat etmeleri ve tecrübelerini sürdürmek ve becerilerini derinleştirmek için loncanın diğer ustalarıyla uzak yerlere gitmeleri yaygındı.

Seyahat Edenlerin Nitelikleri: Nereye giderseniz gidin, Orta Çağ'da kasabanızın veya köyünüzün sınırlarının ötesine seyahat etmek adeta bir macera ya da bir çeşit kar fırtınasıydı: Haberciler, elçiler, hacılar, tüccarlar, maceraperestler, vaizler, misyonerler, akademisyenler, askerler, kâşifler bu fırtınanın içerisindeki küçük kar tanecikleriydi. Bu fırtınanın bir resmi çizilebilseydi, yabancı bir dinin hâkim olduğu topraklardaki paralı askerler, haclarını tamamlamaya kararlı fakir insanlar için yiyecek ve barınak sağlayan Müslüman soylu kadınlar, özellikle zorlu kraliyet hastalıklarını çözmek için iş birliği yapan farklı üniversitelerde eğitim almış doktorlar manzaranın içerisine serpiştirilmiş önemli ve romantik figürler olurdu. Romantik olurdu olmasına ama bu romantizmi bozan önemli bir faktör vardı: Orta Çağ'da karayolu seyahati temelde korkunçtu.

Yollarda ilerleyen Avrupalılar içerisinde tüccarlar, göçmenler, postacılar, askeri ve dini şahsiyetler, soylular, vergi tahsildarları, zanaatkârlar, fahişeler, sanatçılar, âşıklar, öğrenciler, aydınlar, serseriler, dilenciler de önemli bir yer tutardı. Çiftçiler ürünlerini panayırlara ve yerel pazarlara satmak için seyahat eder, genellikle en yakın köye kısa geziler yapardı.

Yolculukların Süresi: Bir günde kat edilen mesafe, gün ışığı altında geçen saat sayısına, yılın zamanına, hava durumuna ve bir sonraki hanın nerede olduğuna bağlıydı. Bir sonraki han sekiz kilometre uzaktaysa ve kışın ikinci vaktiyse, oraya ulaşmaya çalışmanın pek bir anlamı yoktu. Gezginler ve hayvanlar yemek yiyip dinlenmek zorundaydı ve bu zaman alırdı.

Orta Çağ Avrupa'sında seyahat edenlerin karayolundaki ulaşım araçları atlar, arabalar ve insanların ayaklarıydı. Yürüyerek seyahat etmek açık ara en yaygın olanıydı. Günümüzde İtalyan şehirlerinden Fransız sahillerine, Toledo'dan Salerno'ya, Paris'ten İstanbul'a yürüyen insanların düşünmek inanılmaz gelebilir. Yürüyen ve acelesi olan biri, iyi koşullarda günde 15 ila 20 mil (yaklaşık 25-32 km.) seyahat edebilirdi. Hava şartları veya yollar kötüyse, bu altı ila sekiz mile (yaklaşık 10-13 km.) kadar gerileyebilirdi. Bununla birlikte, Orta Çağ'ın son demlerinin yaşadığı 14. yüzyılda Fransız yolcuları inceleyen Marjorie Nice Boyer, bir yolcunun günde yaklaşık 10 saat boyunca 30 mile (yaklaşık 48 km.) kadar yürüyebileceğini ortaya koydu.

Bir araba günde 12 mil (yaklaşık 20 km.) yol kat edebilirdi, bu kış mevsiminde daha az olurdu. Arabalarla, özellikle ticari mallarla ilerlemek hiç şüphesiz seyahat edenleri yavaşlatabilirdi. Örneğin, Brabant Düşesi Margaret, 1297'de tüm giyim koleksiyonunu eşinin malikânesine taşımaya karar verdiğinde, arabanın Londra'dan Ipswich'e kadar ilk 85 kilometreyi kat etmesi on sekiz gün sürdü. Üstelik araba bu hıza ancak beş atla erişebildi. Özellikle erkekler, yaşlı veya hastaysa bir vagona binerdi ve ata binemeyen zengin bir kişi muhtemelen iki atın taşıdığı bir arabada seyahat ederdi.

Atlı gezginler diğer araçlarla ilerleyenlere göre çok daha hızlı yol alabiliyordu. Atlı bir adam,

tüm yolculuk boyunca aynı atı kullanmak zorunda olsaydı, günde 20 ila 25 mil (yaklaşık 32-40 km.) seyahat edebilirdi. Zengin adamlar ve memurlar atları değiştirebilir ve günde 30 ila 40 mil (yaklaşık 48-65 km.) yapabilirdi. İşler son derece acil ve yeterli para olduğunda, bir binicinin at değiştirerek daha hızlı gitmesi de mümkündü. Boyer, profesyonel postacılara ait iki vaka örneğinde atlarla bir günde 52 ve 56 mil (yaklaşık 85-90 km.) kat edilebildiğini ortaya koydu. Bir başka kayda göre ise İngiltere Kralı II. Richard, tek bir gecede 70 mil (yaklaşık 112 km.) yol katetmişti. Ne var ki atlı biniciler, bir ya da iki uşakla seyahat etmiş görünüyorlar. Tuhaf olansa biniciler at sürerken uşaklar yürüyerek ilerlemek zorundaydı. Birisi ayrı bir yük atı gerektirecek kadar mal getiriyorsa yanında yürüyen biri de mutlaka olurdu. Bu karma binekli/yürüyen gruplar tek başına ilerleyen yayalardan daha uzağa daha hızlı seyahat etmiş gibi görünüyor.

Mümkün olduğunda, su yoluyla seyahat etmek genellikle daha kolaydı. Büyük nehirler yaygın olarak ulaşımında kullanıldı. Teknelerin dippleri düzdü. Bu da nehirde bugün olduğundan daha fazla seyrüseferin mümkün olduğu anlamına geliyordu. Çoğu mal tekneyle taşındı. Seine, Ren, Loire, Rhone, Moselle ve diğer nehirler Avrupa'nın başlıca nehir yollarıydı. Denizci teknelerinin gidemediği yerlerde, dar draftlı mavnalar kolaylıkla ilerleyebilirdi. Norbert Ohler, Kuzey Denizi'nden Akdeniz'e Ren, Aare ve Rhone nehirleri yoluyla gidilebileceğini ve toplam 1243 milin (yaklaşık 2000 km.) çok azının ulaşım elverişli olmadığını bildirmektedir. Nehirleri ve akarsuları birbirine bağlamak için kanallar da oluşturulmuştur. Su çok azaldığında, tekne ve yükü taşınır veya sürüklenirdi. Bu teknelerin küçük boyutları göz önüne alındığında, gezginler genellikle geceyi nehir kıyısında geçirirdi. Ohler'e göre bir mavna, Rhone üzerinde Lyon'dan Avignon'a 125 millik (yaklaşık 201 km.) mesafeyi iki ila beş gün içinde gidebilirdi. Hiç şüphesiz, akıntıya karşı gitmek daha zordu. Sonuç olarak, malları su yoluyla göndermek karayoluyla göndermekten çok daha ucuzdu. Şarabı bir arabada karayolundan 50 mil uzağa göndermek, Bordeaux'dan Londra'ya deniz yoluyla yak-

laşık 1000 mil (yaklaşık 1609 km.) göndermekten daha pahalıya mal oluyordu.

Hava koşullarının uygun olması ve başka türden engeller olmaması halinde Fransa'yı bir baştan diğer başa kat etmek 12 ila 20 gün sürmekteydi. Nehir yolculuklarında hız, akıntıya eşlik ederek ya da akıntıya karşı kürek çekerek seyahat etme durumuna bağlı olarak farklı olabilirdi. Örneğin, Rhone'da Lyon'dan Avignon'a 24 saat süren bir nehir yolculuğu Avignon'dan Lyon'a bir aya kadar sürebilirdi.

Deniz yolculuklarının süresi de farklı etkenlere göre şekillenirdi. Fırtınalar, ters rüzgârlar ve görüş mesafesi gibi pek çok etken yolculuğun süresini etkileyebilirdi. Bununla birlikte, Tunus'tan Mallorca'ya gitmek için iki veya üç gün gerekiyordu; Tunus'tan Cenova veya Pisa'ya yedi; bu İtalyan şehirlerinden Mallorca'ya üç ve İskenderiye'den Barselona'ya 14 günde ulaşmak mümkündü. Bunlar ortalama sürelerdi; gerçek zaman, hava durumuna ve mola sayısına bağlı olarak büyük ölçüde değişebilirdi.

Yollar, Araçlar ve Bilgi Kaynakları: Orta Çağ yolları tekdüzelik arz etmemekteydi. Nürnberg gibi şehirler erken bir tarihten itibaren kendi sokaklarını kesme taşla döşediği gibi, şehirlerin çevresindeki yollar da yağışlı günlerde yoğun trafikte çamura dönüşmemesi için taşlarla döşenebilmişti. Köprülerden ve geçitlerden alınan ücretler, toprak ve taş yolların bakımı için emeğin ödenmesine yardımcı olurdu. Kasabalardan daha uzaktaki yollar, basit levhalarla işaretlenmiş, sahip olunan arazilerin sınırları ile yarı çığnenmiş doğal bir yoldan başka bir şey değildi. Orta Çağ yollarının sorunlu olduğu zamanlar çok olmuştur. Çamur, bu zaman diliminde yolların başlıca handikabıydı. Fransa'da Lille'e çevre yolların önemli bir kısmı 1395-96 kışında sulu bir çamur banyosuna dönüşmüştü ve bu yolda ilerlemek neredeyse imkânsızdı. Bu tip yollarda bazen ekstra ahşap kalaslar getirilerek veya çakıl taşlarıyla atların toynakları için bir yüzey oluşturularak ilerleme sağlanabilirdi.

Kara yolculukları, 12. yüzyıldan itibaren iyileştirilmeye başlayana kadar, ağır hasar görmüş antik Roma yolları üzerinden gerçekleşti. Avrupa'da 14. yüzyılda yayılmaya başlayan yolculuk listele-

ri, nadiren de yol haritaları kullanıldı. Sözlü bilgi en çok kullanılan ve en geçerli ve güncel bilgiydi. Gruplar halinde ve ağır yüklerle seyahat etmek yaygındı. Yolcuların kargoları arasında mallar, yiyecek, silahlar, aletler, çadırlar, giysiler, para, belgeler vb. olurdu. Hacılar daha hafif yüklerle seyahat ederdi. Uzun mesafelerde seyahat etmek günümüzde de olduğu gibi pahalıydı. Yolculuğun maliyetini artıran faktörlerin arasında taşıyıcılara, uygun ve sık giysilere, bahşişlere, konaklamaya, yemeğe, veterinerlere vb. yapılan ödemeler belirleyiciydi. Seyahat edenler için şarap, özellikle şehirlerde, bazı güvenli olmayan sulara nazaran tercih edilen bir içecekti.

Orta Çağ'da araba gibi tekerlekli araçlar kısa mesafeler için kullanılıyordu ancak yolların kötü olması nedeniyle uzun yolculuklarda pek kullanılmıyordu. Eyer ve benzeri binim ve koşum takımları çok kullanılırdı. Ulaşımında at, katır veya eşek önemli binek ve yük hayvanlarıydı. Bu hayvanların ulaşımında kullanılması yürümeye bağlı yorgunluğu ortadan kaldırır, daha fazla yük taşımaya imkân verir ve engebeli yollara uyum sağlardı. Hayvanların zorlukla karşılaşmaması için çoğunlukla dörtnala gidilmez, hatta tırıs bile olmamalarına dikkat edilirdi. Bunlar genellikle kiralık hayvanlardı.

Denizden yolculukları belirleyen bir dizi araç söz konusuydu. Yolcular, kıyı kentleri arasındaki uzun yolculuklar için deniz yolunu tercih ederdi. Deniz yolculukları karadan daha hızlı ve daha rahattı. Örneğin Barselona ve Cenova arasında belirli aralıklarla deniz yoluyla seyahat etme imkânı vardı.

Akdeniz'de, açık denizlere girmek yerine, kıyı şeridini kaybetmeden burundan buruna kıyı taşımacılığı kullanılırdı. Bu türden bir deniz ulaşım seçeneği kötü hava koşullarında limanlara sığınmaya izin verir ve gemi kayıplarının önüne geçilmesini sağlardı.

Gemilerin başlıca itici güçleri kadırgalarda kürek ve çağın sonlarına doğru geliştirilen karavellerde yelken ve küreğin karma biçimde kullanımıydı. Yelken, denizin en sakin olduğu yaz aylarında (tercihen Haziran ve Temmuz) kullanılırdı. Güzergâhı korumanın en yaygın yöntemleri, gün boyunca güneşin konumunu ve geceleri yıldızla-

rı takip etmek ve gemide bulundurulmuş kuşları serbest bırakmaktı. Geç Orta Çağ'da, daha az mola ile seyrüseferi kolaylaştırmak için Avrupalı denizciler arasında yayılan bazı bilimsel gelişmeler de sağlandı. Bu gelişmelerin esin kaynağı çoğunlukla Müslüman denizcilerdi. Üçgen yelken (12. yüzyıl), pusula (1200 civarında), kış dümeni (13. yüzyıl) ve ilk deniz haritaları (13. yüzyıl) bu süreçte Avrupa denizciliğine eklendi. Usturlab ve kadranın Avrupa denizcileri tarafından kullanılması için 15. yüzyılı beklemek gerekecekti.

Cenevizli ve Venedikli tüccarlar, Uzak Doğu ile doğrudan değil, İpek Yolu'nun gemileri ve kerivanları arasında bir köprü görevi gören Anadolu'daki araçlar aracılığıyla ticaret yapıyorlardı. Orta Çağ'ın sonlarında, Akdeniz'deki tek düzenli yolcu servisi, Venedik'ten Kudüs'e her yıl hacılarıyla dolu yolculuk yapan kadırğa aracılığıyla sağlanmaktaydı.

Bugün karayoluyla yaptığımız bazı kıtasal rotalar Orta Çağ'dan itibaren nehir yoluyla yapılabiliyordu. Örneğin Rhone ve Ebro boyunca, Zaragoza'ya böyle bir yolculuk gerçekleştirmek olasıydı. Nehir ulaşımı geçiş ücreti gerektiriyordu ve esas olarak ticari mallar için kullanılıyordu. Her türlü olumlu ve olumsuz özelliği bir yana, nehir ulaşımı Avrupa kıtası özelinde hem deniz hem de kara rotalarını çok iyi tamamlıyordu. Günümüzde büyük nehirlerin üzerine inşa edilmiş olan barajlar, bugün bu şekilde seyahat edilmesini imkânsız hale getirmektedir.

Konaklama ve Yeme-İçme: Orta Çağ Avrupa'sında, kara yolcuları için sınırlı sayıda han vardı; en önemli yollarda misafirhaneler bulunmaktaydı. Bunlar yoksulların ve hacıların sınırlı bir süre için ağırlandığı ve çeşitli ihtiyaçlarının karşılandığı, genellikle Kilise ile bağlantılı pansiyonlardı. Gezgincilere yiyecek ve konaklama sağlayan özel yerler de vardı. Gezginciler manastırda bir gece kalabilse de özellikle hac yollarının yakınında çok fazla hacı olduğu için gezgincilere yiyecek ve konaklama sağlamak için pansiyonlar da kurulmuştu. Orta Çağ pansiyonları veya hanları çoğunlukla basit yiyecekler sağlıyordu ve bazen gezginciler yatakları paylaşmak zorunda kalıyordu. Ancak hanlar manastırlardan daha "keyifli" olduğu için, bazı seyyahlar ücret öde-

mek zorunda kalsalar da hanları manastıra tercih ederlerdi. Ayrıca manastırların olmadığı kasaba ve köylerde de yolcular handa uyumak zorunda kalıyordu.

Kulübelerde ve çiftliklerde yolcuların ağırlanması da yaygın bir uygulamaydı ve hatta bazı ülkelerde zorunluydu. Kutsal Roma Cermen İmparatoru Charlemagne (Şarلمان), daha otellerin yıldızlara göre sınıflandırılmasına on asırdan çok fazla bir zaman olduğu bir tarihte, piskoposları fakirler ve zenginler için farklı pansiyonlar kurmaya teşvik etmişti. Bazen yerel halk gezgincilerin evlerine girmesine izin verir ve onlara yiyecek ve konaklama sağlardı. Misafirler, ev sahibinin yanına otururlar ve eğer layık görülürlerse, uymaları için evde kendilerine yer verilirdi. Aksi takdirde, Yahudiler gibi kâfir sayılan misafirlere sofranın en alt sıralarında yer verilerek ahırda yatırılır, hatta eve alınmazlardı. Sürgünlerin de evlerde barınmasına izin verilmezdi, çünkü onlara yiyecek ya da barınma sağlayan herkes cezalandırılırdı.

Gezginciler bir gece için uygun çatıyı bulamazlarsa, geceyi yolda kendi imkanlarıyla geçirmek zorunda kalabilirlerdi. Bu tehlikeliydi çünkü haydutlar veya hırsızlar tarafından saldırıya uğrayabilirlerdi. Üstelik o dönemde pek çok insan şeytan, hayalet gibi hurafelere inandığı için geceyi yolda geçirmeyi korkutucu ve güvensiz bulunurdu.

Deniz yolcularının dinlenme olanakları Orta Çağ'da oldukça sınırlı ve berbat bir noktadaydı. Denizle yapılan seyahatlerde, sıcaklığın ve pis kokunun dayanılmaz olduğu yerde, güverte altında uyumaktansa köprüde uyumak daha iyiydi. Yolcu üstünü değiştirmek için kıyafet taşımaz, bitlenir ve helalarda dalgalar içeri girerdi.

Yollarda Karşılaşılabilecek Zorluklar: Orta Çağ'da farklı güzergahlarda ilerleyen yolcuları yol boyunca bekleyen bazı zorluklar da vardı. Karada, olası olaylar şunlardı: Haydutlar tarafından yapılan soygunlar, beklenmedik geçiş ücretleri, atların yorgunluğu, savaşlar, veba gibi salgınlar, kazalar, kırık bir köprü, bir kar fırtınası vb. O günlerde ayakkabılar uzun yürüyüşlere dayanıklı değildi ve pek çok kişi çıplak ayakla seyahat etmek zorunda kalabiliyordu. Hac gibi bazı uzun

yolculukların uzunluğu ve zorluğu, yolculukta çok sayıda yolcunun hayatını kaybetmesi anlamına geliyordu.

Orta Çağ'da karada seyahat ederken, Roma İmparatorluğu döneminde veya yerel zenginlerin cömertliğiyle döşenen birkaç yol dışında yollar iyi durumda değildi. Yollar kayalıktı, yağmur yağdığına çamurlu, hava güneşliken toprak dolu olduğu için seyahat etmek çok zaman ve çaba gerektiriyordu. Ana yollar, kendisini ve ordularını krallığın etrafında dolaştırmak için onlara ihtiyaç duyan kralın emriyle çoğunlukla iyi durumda tutuldu. Diğer yollar genellikle çok kötüydü ve beklenmedik bir şekilde kapanabilirdi. Kralın geçtiği karayollarının her iki tarafının da 200 fit (ayak) temizlenmesi gerekiyordu. Bu, haydutlara ve puslu kurma olasılığı olanlara karşı bir önlemdi. Bazen ormandaki yolları göstermek için yol işaretleri vardı, ancak bunlar yolcuları bekleyen haydutlar tarafından kolayca hareket ettirilebilir ve başka yönlere çevrilebilirdi.

Denizde en ciddi tehlikeler korsanlık ve gemi kazalarıydı. Deniz sigortası 15. yüzyıla kadar ortaya çıkmamıştı ve deniz ticaretine katkısına epey bir zaman vardı.

Yolcular için bazı tehlikeler hem karada hem denizde ortak. Yerel para birimlerinin varlığı, genellikle içerdiği suiistimalle birlikte sık sık para değiştirmek zorunda kalmak anlamına geliyordu. Yerel önlemlerin çeşitliliği, özellikle tüccarlar için gerçek bir sorun teşkil ediyordu. Geleneklerin yarattığı cehalet, çoğu zaman bir zorluktu; yerel yasalar genellikle yabancıları koruyacak hükümler içermemekteydi. Latince, kuzey Akdeniz kıyılarında, çoğu insan tarafından anlaşılabilir bir tür ortak dil (lingua franca) olarak kaldı.

Seyahat sırasında karşılaşılan tehlikeleri şu şekilde sıralamak mümkündür: Ormanda yaşayan, gezginlere saldıran ve bazen onları öldüren hırsızlar ve kanun kaçakları vardı. Bu nedenle, yabancılar şüpheyle davranırdı, böylece herhangi bir gezgin yol boyunca karşılaştıkları biri tarafından hırsız olarak öldürülme riskiyle karşı karşıya kalırdı. Görünüşe göre hiç kimse bir yabancıya onun kim olduğunu veya ormanda ne yaptığını sormak için beklemezdi. Orta Çağ'ın ilk yılları o kadar tehlikeli ve şiddetli zamanlardı ki,

bir yabancıyı öldürmek, onu sakinleri soyabileceği, sığır çalabileceği veya çocukları kaçırabileceği bir köye sokmaktan daha iyi görünüyordu. Ayrıca, ulaşımın kusurları ve sorunları vardı. Su taşımacılığı her zaman korsanlar tarafından saldırıya uğrama veya gemi kazası geçirme olasılığına sahipti. At binmek de o kadar güvenli değildi. Biniciler attan dışarı atıldıklarında ağır şekilde yaralanabilirler ve hatta ölebilirlerdi. Bu tür şeyler genellikle beceriksiz sürücüler oldukları için değil, yolun kalitesi genellikle kötü olduğu için gerçekleşirdi. Yayalar da hırsızların saldırısına uğrama tehlikesiyle karşı karşıya kalırdı.

Orta Çağ'ın Önemli Gezginleri

Batılı Seyyahlar: Latin kaynakları, Orta Çağ seyahat yazarlarına ve harita yapımcılarına dünyanın farklı bölgelerini tanımlarken yararlanabilecekleri çeşitli seçenekler sundu. Her zaman birbiriyle uyuşmayan bu kaynak yelpazesi, Orta Çağ gezi literatürünün zaten çeşitli olan bir kültüre kolayca karıştığı anlamına geliyordu. Yaşlı Pliny'nin eserlerinden yararlanan III. yüzyıla tarihlenen Julius Solinus gibi yazarlar, Asya ve Afrika'nın canavarlarla ve burunları bulunmayan, kendilerini gölgeleyebilecek kadar devasa ayakları olan ve kimi zaman köpek kafalarıyla dikkat çeken garip insanlarla dolu çok sıcak yerler olduğu fikrini teşvik etmişti.

Orta Çağ'a ait doğu anlatımlarından birisi olan ve Eski İngilizcede kaleme alınmış olan *The Marvels of the East-The Wonders of the East (Doğunun Harikaları)*, çok çeşitli garip ve büyülü insanları ve hayvanları açıklar ve gösterir. Anlatılan harikalar, seyahat etmeyi engelleyen devasa ejderhalar, küllerinden doğan Anka kuşları ve dokunulduğunda insanların bedenlerini yakan tavuklardır. Doğunun Harikaları, dev karıncalardan nasıl altın çalınacağı gibi inanılmaz senaryolardan da bahseder. Fantastik ve barbar insanlardan da söz edilir. Örneğin yamyamlar *Donestre ırkı*, *Homodubii* yarı insan yarı eşek yaratıklar ve yelpaze gibi kulaklarıyla uyudukları ve örtündükleri *panotti*. Edward Said'e göre, bu kitapta anlatılan kültürel ve ırksal tiplere yoluyla yapılmaktadır. Bu açıdan, Orta Çağ Avrupalılarının farklı etnik kökenlerden insanlara bakışı genellikle merak, korku

ve kurgu ile bağlantılıydı. Haliyle Orta Çağ'da Avrupa'nın Doğu'ya bakışında tuhaflıklar ve acayiplikler yerini muhafaza ediyordu.

Orta Çağ insanlarının bildiği Avrupa dışı topraklar arasında en önemlisi Hindistan'dı. Avrupalılar, Hint Yarımadası hakkındaki bilgilerinin çoğunu, Eski Çağ'ın klasikleşmiş Yunan kaynaklarından aldılar. Bu kaynaklara göre, yeryüzü cennetin, dünyanın en doğu ucunda, Hindistan'da veya yakınında var olduğu düşünülüyordu. Bu meyanda Büyük İskender hakkındaki hikayeler Orta Çağ'da özellikle popülerdi. Makedonya Kralı Büyük İskender 4. yüzyılda Antik Yunan krallığının da lideri olarak, güç ve toprak arayışında Hindistan'a kadar seyahat etti. Aslında bu Doğu ile Batı'nın kültürel manada harmanlandığı bir Doğu Seferi'nden başka bir şey değildi. Birçok el yazması, İskender'in savaşlarını ve maceralarını muhteşem yaratıklarla süsleyerek anlattılar. Doğu ile Batı kültürlerinin harmanlanması süreci Orta Çağ'da da bir dizi olayla devam etti. Bu olaylardan ilki 375'te Hunların başlattığı *Kavimler Göçü*'ydü. Bu göç Asya'dan Avrupa'ya; Avrupa'dan da Afrika'ya insanları göçe zorlamak yanında eski kıtalar arasında bilgi alışverişine de yol açmıştı. Orta Çağ'da Doğu-Batı karşılaşması İslam'ın gelişiyile bir kez daha sahneye konmuştu. Müslümanlar 711'de İspanya'ya geçecek, İtalya, Sicilya ve daha birkaç noktadan Avrupa'yla temas gerçekleştirecekti. Elbette Müslümanların Avrupa'ya nüfuz etmesi bu karşılaşmada son nokta olmayacaktı. Avrupalıların İslam'a karşı tepkilerinin bir sonucu olan Haçlı Seferleri bu defa Batı'yı Doğu'ya getirecek ve uzun yıllar sürecek bir etkileşime başlangıç olacaktı. Adeta Hristiyanlık ile İslam'ın çatıştığı bir çağ olan Orta Çağ'da savaşlar kadar insanların hareketinde din de önemli bir rol oynadı. Hatta dinsel seyahatler ticari yolculukların önüne bile geçmişti.

Orta Çağ'da Hristiyan gezginler Doğu'yu keşfetmeye yöneldi. *Kudüs'e* giderek Hz. İsa'nın ayak bastığı topraklarda bulunmayı gelenekselletirdi. Böylece, gezginlik Avrupa'da kurumsallaşmaya başladı. Öyle ki *Orta Çağ'da Avrupalı bir gezgin, mesleği ne olursa olsun, kutsal bir yeri ziyaret amacıyla yolculuk eden kişi sayıldı. Kudüs'ten hurma dalıyla dönen hacı, palmer sözcüğü ile anıldı. Palmer*

sözcüğü palmiye ağacının dalından türemiş bir isim olup hayatının bir bölümünü kutsal yerleri ziyaret ile geçiren dindar gezginlerin adıydı. Kudüs'e gezginci akını arttıkça daha sağlıklı seyahat için rehberler ve konukların ağırlandığı mekânların sayısı da her geçen gün çoğaldı.

Orta Çağ'ın ilk gezginlerinden birisi Hristiyan bir din adamıydı. Mısır'dan Hindistan'a yola çıkmıştı. Kendisi İmparator Justinianus döneminde Hindistan'a birkaç sefer yapan bir 6. yüzyıl gezginiydi. İskenderiyeli bir tacir olan *Cosmas Indicopleustes* (Hindistan'a yelken açan Cosmas ya da Keşiş Cosmas); Etiyopya ve Asya'nın bir kısmını dolaştıktan sonra, dönüşünde rahip olmuştur. Seyahatnamesi, "Dünyanın Hristiyan Topografyası" başlığını taşımaktadır. Dört köşe olan dünyanın diğer yıldızlarla birlikte, uzunca büyük bir sandık içinde kapalı olduğunu kanıtlamak için yapılan kozmografik tartışmalar eserin başlangıcını teşkil etmekte ve bunu meleklerin fonksiyonları tartışmaları ve İbrani rahiplerinin kostümüne ait bir tarif izlemektedir. Cosmas, eserinde, Hindistan ve Seylan'daki hayvanların evrimi ve diğer bazı hayvanlar, biber fidanı ve Hindistan cevizi hakkında bilgi vermiştir. *Hristiyan Topografyası* adlı çalışma, en eski ve en ünlü dünya haritalarından bazılarını içeriyordu. Özellikle Hindistan ve Seylan tasviri tarihçiler için paha biçilmezdir. Cosmas, yaklaşık 550'de günümüzün kuzeyindeki Etiyopya'nın yanı sıra Eritre, Hindistan ve Seylan'ı ziyaret etmiş görünüyor.

Aslında, Hristiyanlığın doğuşundan itibaren dindar Hristiyanlar, kutsal yerleri ziyaret konusunda büyük çaba harcamışlardır. Kutsal yerlere olan merak, zamanla daha da çoğalmış ve tarih, Hristiyanlığın erken dönemlerinden başlayarak Filistin'e doğru yol alan kişileri kaydetmiştir. Bu hacılardan yedinci yüzyıl sonlarına doğru yaşamış *Fransız Psikopos Arculf* seyahatinin ayrıntılı bir raporunu kaleme almıştır (670). Arculf, Kudüs'ün topografik durumunu göstermekle işe başlamış ve kutsal şehrin etrafını çeviren suru tarif etmiştir. Bundan sonra, büyük, küçük bütün kiliseleri görmüş, İsa'nın çarmıha gerildiği tepe ile mezarını ziyaret etmiştir. Josapbat Vadisi, Zeytin Dağı, Ürdün, Lübnan, Lut Gölü, Nâsıra, Şam, Sur, İskenderiye ve İstanbul'u tarif etmiştir.

Fransız piskoposundan kısa bir süre sonra 725'te, bir İngiliz din adamı olan *Willibald*, dinsel amaçla aynı seyahati yapmış ve seyahatini aynı şartlarla tamamlamıştır. Willibald Southampton kontluğunda yaşamış zengin bir aileye mensuptur. Geçirdiği ağır bir hastalıktan sonra gençlik çağı Waltham manastırında ibadetle geçirmiştir. Willibald, gençlik yıllarının sonuna gelince, Roma'daki Saint-Pierre kilisesinde ibadet etmeye karar vermiş ve onun çok kuvvetli ısrarları, babası Richard, kardeşi Wimebald ve genç kız kardeşi Walpurge'yi kendisine eşlik için karar vermeye zorlamıştır. 5 Şubat 722 tarihinde, Richard'ın yol yorgunluğundan güçsüz kalıp öldüğü bir sırada, iki erkek kardeşle kız kardeşleri, kış mevsimi sırasında Apeninler'i aştıktan sonra, Roma'ya girmişler, hepsi de şiddetli bir hastalığa tutularak, kış mevsiminin bir kısmını orada geçirmişlerdir. Willibald, sağlığı düzelir düzelmez kutsal yerlere kadar olan seyahat tasarısını sürdürmüştür. Erkek kardeşi ile kız kardeşini İngiltere'ye göndermiş ve birkaç din adamı ile yola çıkmıştır. Terracine ve Gaete yolu ile Sicilya'daki Catania ve Syracuse'ye doğru yelken açarak denize açılmışlar, Cos (İstanköy Adası) ve Samos'a (Sisam Adası) uğradıktan sonra, İncil yazarı Yuhanna'nın, Marie-Madeleine'nin mezarları bulunan Efes şehrine çıkmışlardır. Midilli Adası'na geçmişler ve oradan da Kıbrıs'a hareket etmişler; Paphos ve Constance'ı ziyaret etmişler ve havarilerden Saint-Thomas'ın mezarının bulunduğu Edissa adlı Finike şehrine varmışlardır. Willibald ve arkadaşları, bu yerde Müslüman Araplar tarafından casus olarak hapsedilmişler; fakat, kral, bir İspanyol'un tavsiyesi üzerine onları serbest bırakmıştır. Din adamları, şehri hemen terk etmişler ve o andan itibaren, yol programları hemen hemen piskopos Arculf'un yoluna göre tertiplenmiştir. Suriye'de Şam'ı, Celile'de Nâsıra'yı, Turu Sina'yı, Tabariye Gölü'nü, Magdala'yı, Galgala'yı, Jéricho'yu ve Kudüs'ü ziyaret etmişlerdir. Kudüs, Josaphat vadisi, Zeytindağı, Beyt-Lâhm, Hérode'un küçük çocukları öldürdüğü Thema, Laura vadisi ve Gazze bu dindar hacıların gezdikleri yerler olmuştur. Willibald, Gazze şehrindeki Saint Mathias kilisesinde yapılan bir âyin sırasında, gözlerinin birdenbire görmez bir hale geldiğini ve görme duyusunu ancak iki

ay sonra Kudüs'te Saint-Croix kilisesine girerken tekrar kazandığını anlatmaktadır. Willibald, bundan sonra, Kudüs'e 10 millik (yaklaşık 16 km.) mesafedeki Diospolis vadisini, Akdeniz'e kıyı Sur ve Sayda'yı, bundan sonra da Lübnan, Şam, Şeyzer'i dolaşmış ve gezginler sonunda bütün kış mevsimini Kudüs'te geçirmişlerdir. Bu yorulmak bilmez dindar gezginler, yaptıkları keşif seyahatleriyle yetinmemişlerdir. Onlar, sırasıyla, Akkâ, Humus, Kudüs, Şam, Samariya, Sur'da bulunmuşlardır. Sur'da uzun bir zaman kaldıktan ve İstanbul'a hareket ederek burada da iki yıl kadar oturduktan sonra, Sicilya ve Kalabriya yolu ile Napoli ve Capoue'ya dönmüşlerdir. İngiliz din adamı, ülkesinden ayrıldıktan on yıl sonra İtalya'nın Cassino tepesindeki manastıra varmıştır. Bununla birlikte, onun için dinlenme zamanı henüz gelmemiştir. Papa Üçüncü Grégoire tarafından Franconie piskoposu olarak atanmış ve piskopos olduğu vakit kırk bir yaşında olduğu anlaşılmıştır. Piskoposluk makamını bir süre işgal ettikten sonra 745 yılında ölmüştür. Willibald, 938 yılında Papa Yedinci Léon tarafından aziz ilân edilmiştir.

MS. 9. yüzyıla gelindiğinde kâşifler Atlantik, Akdeniz, Kızıldeniz, Hint Okyanusu ve Çin Denizi'ni geçmiş; Norveç'ten Çin İmparatorluğu sınırlarına kadar olmak üzere sahillerin büyük bir kısmı görülmüş, ziyaret edilmiştir. Mısır'dan Etiyopya'ya, Anadolu'dan Kafkaslara, Hindistan ve Çin'den Tataristan'a kadar olmak üzere karaların iç kısımlarına cesaretle keşif seyahatleri de yapılmıştır. Gezginler tarafından tespit edilen çeşitli noktalar hakkında matematik bir açıklık henüz yoksa da hiç olmazsa, insanların ahlâk, gelenek ve görenekleri, çeşitli ülkelerin ürünleri, dinsel töreler yeteri kadar belirtilmiştir. Düzenli ve sürekli esen rüzgârlardan faydalanan gemiler, denizlerde daha güvenle seyir yapabilişler; kervanlar, bir kıta içinde seyahat ederken nereye gitmekte olduklarını güvenle bilmişler ve bilim adamlarının yazılarıyla yayılmış bütün bu bilgiler topluluğu sayesinde, ticaret, Orta Çağ'ın son devresinde muazzam bir gelişme göstermiştir.

10. ve 11. yüzyılın başlangıcında Avrupa'nın kuzeyinde oldukça önemli bir coğrafi hareket meydana gelmiştir. Norveçliler Kuzey Denizi'nde

dolaşmışlar ve az çok gerçek hikâyelerin bazılarına inanılacak olursa, Beyaz Deniz'e kadar uzanmışlar ve bugün Samoyedlerin bulunduğu bölgeleri ziyaret etmişlerdir. İrlanda'nın 861 yılına doğru, İskandinav serüvencileri tarafından keşfedildiği ve Normanların bu ülkeyi kolonize etmekte gecikmedikleri ileri sürülmektedir. Bu devrede, Avrupa'nın en batısında bulunan yeni bir ülkeye sığınmış olan bir Norveçli (Kızıl Erik), arazinin görünüşüne hayran kalarak, bu ülkeye Yeşil Arazi ya da Grönland adını vermiştir. Fakat, Amerika kıtasının bu kısmı ile ulaştırma sağlanması çok zor olmuş ve Norveç'ten Grönland'a gitmek ve Grönland'dan Norveç'e dönmek için tam beş yıl geçirmiştir. Bununla birlikte, o kadar sert kışlar olmuştur ki, Kuzey Okyanusu tamamen donmuş ve Norveç'ten Grönland'a yaya veya kızakla gidilmesi imkânı doğmuştur. Fakat, hâlâ efsane ve söylentiler devrinde yaşadığımızı, çok yukarı kuzey bölgelerinin güzel gelenekler bakımından hayli zengin olduğunu unutmayalım. Bu Vikingliler Kanada açıklarına kadar da ulaşmışlardır.

Avrupalılara göre "hac tek bir bireyin yolculuğu, Haçlı Seferleri ise toplu hac yolculukları" sayılırdı. Haçlı Seferleri genel anlamda başarısız olunca Roma, kutsal yolculuklarda Kudüs'ün yerini aldı. *Papa VIII. Boniface*, 1300 yılını "Bağışlama Yılı" ilan etti ve bu yılda Roma'yı ziyaret edenlerin günahlarının tümüyle bağışlanacağını duyurdu. Bu duyuru o günün koşullarında ulaşılması zor bir rakam olan 20.000 ziyaretçiyi Roma'ya çekmeyi başardı. Bu tip "Bağışlama Yılı" etkinlikleri gelecekte de tekrarlanarak insanların Roma'yı ziyaret etmesi sürekli teşvik edildi.

Orta Çağ'da din uğruna seyahat edenler yalnız Hristiyanlarla sınırlı değildi. Navarra Krallığı şehri olan Tudela'da bir hahamın oğlu olan *Benjamin de Tudela* dünya üzerine dağılmış dindashlarını görüp sayılarını bilmek amacıyla seyahat etmiştir. 1165 ila 1173 arasında, hemen hemen bütün bilinen dünyayı gezip görmüş ve seyahat hikâyesi, etkisi on altıncı yüzyıla kadar sürmüş olan çok detaylı ve hatta ince elenmiş bir belgeyi oluşturmuştur. Benjamin'in Barselona'dan başlayan seyahati Marsilya, Roma, Eflak, İstanbul, Akdeniz adaları, Filistin, Kudüs, Beyt-Lahm,

Şam, Baalbek, Ninova, Bağdat, Babil, Basra, İsfahan, Şiraz, Semerkant, Tibet, Malabar, Seylan, Kızıl Deniz, Mısır, Sicilya, İtalya, Almanya ve Fransa'yı kapsamıştır.

Orta Çağ'da Doğu mallarını satarak zengin olan Venedikli, Cenevizli ve Pızalı tüccarların hiçbiri bu toprakları aslında hiç görmemişlerdi. Bu tüccarların Uzakdoğu ile bağlantıları Doğu Akdeniz liman kentleri üzerinden sağlanıyordu. Değerli mallar *İpek* ve *Baharat* yolları üzerinden kendilerine ulaşabiliyordu. Müslümanlar çekinmeksizin Avrupalı tüccarlar ile İskenderiye, Halep ve Şam gibi merkezlerde ticaret yapar; ancak Müslüman Türkler, tüccarların bir adım daha ilerlemesine izin vermezdi. Bu Avrupalılar için Orta Çağ'ın demir perdesiydi. 1250-1350 yılları arasında bu demir perde, en azından İpek Yolu için, ortadan kalktı. Demir perdenin kalkmasına neden olan Moğollardı. Moğollar zamanında çok sayıda misyoner diplomat, seyyah ve tüccar doğrudan Çin'e, İpek Yolu'nun başlangıcına gidebilme imkanına kavuştu. 1245'te *Fransiskan keşiş Carpini John* (1185-1252) Papa tarafından Moğollara elçilikle görevlendirildi. *Jean du Plan de Carpin*, İtalya'nın Perouse bölgesinin bir kasabasında dünyaya gelen bir Fransiskan'dı. Carpini, yanında Bohemyalı Etienne olduğu halde, 6 Nisan 1245 tarihinde yola çıkmıştır. Kuman ülkelerini ve Türkistan'ı keşfetmiş; Tatarların gelenek ve göreneklere hakkında bilgiler vermiştir. Carpini, Papa adına yaptığı seyahati 1247'de tamamlamış ve dönmüştür.

Carpini'nin Papa adına gerçekleştirdiği bir bakıma Moğolları yumuşatma ya da belki de Hristiyanlığa davet etme amaçları içeren bir çeşit resmi seyahat sonuç vermemiş ve Moğollar, eskiden nasıllarsa yine öyle sert ve haşin kalmışlardır. Bununla beraber, Fransiskan papazının dönüşünden altı ay sonra, ismi *Rubrucklu William* (*Guillaume de Rubruquis*) olan Flaman (Belçika) kökenli başka bir rahip, Don ile Volga arasındaki bölgede yaşayan Tatarlara gönderilmiştir (1253-1255). Azak Denizi, Volga, Başkurtlar ülkesi, Karakurum, Astarhan, Derbent'i kapsayan diplomatik bir yolculuk gerçekleştirmiştir. O sıralarda, Fransa Kralı Saint Louis, Suriye Müslümanlarıyla savaşıyor ve bu savaş bütün şid-

detiyle devam ederken, Moğol Prensi Erkaltay, Fransa Kralı lehine faydalı bir oyalama hareketi olmak üzere, İran tarafından saldırıda bulunuyordu. Bu prensin Hristiyanlığı kabul ederek din değiştirdiği söylentileri ortalıkta dolaşıyordu. Olaydan emin olmak isteyen Saint Louis, papaz Rubruquis'e Erkaltay'ı kendi ülkesinde görüp durumunu incelemek görevini vermişti. Rubruquis ve arkadaşları, 1253 yılının Haziran'ında, İstanbul'a gitmek üzere gemiye binmişler, Tatarlar ülkesine ulaşan Fransa elçileri, Kuman topraklarına varmış; Don ile Volga arasındaki bölgeyi paylaşan Müslüman kabileler arasından geçerek, Başkurtlar ülkesini aşarak Carpini'nin, içine girmeden karşısında durduğu Karakurum'a ulaşmışlardır. Bununla birlikte, büyük hakan, Karakurum'daki başkentte o sırada bulunmuyordu. Rubruquis ile arkadaşları, bölgenin kuzey kısmında yükselen dağların öte tarafındaki saraya gitmek zorunda kalmışlardı. Rubruquis, birçok günlerini Mengü Han'ın sarayında geçirmişti. Rubruquis, büyük Han'ın kendisini birçok kereler huzura kabul edip görüşmesinden sonra, yola çıkma iznini almış ve Karakurum'a dönmüştü. Rubruquis, Karakurum'da bulunduğu sırada, Çinliler, töreleri, yazıları vesaire hakkında ilgi çekici dokümanlar toplamıştı. Sonra, Moğolların başkentini bırakarak, gelmiş olduğu yolu tekrar tutmuştu. Astarhan'a, Suriye'ye, Dağıstan bölgesinin Derbend şehrine, Nahcivan, Erzurum, Sivas, Kayseri, Konya'dan geçip Tarsus limanında ülkesine dönmek üzere gemiye binmişti. Ne var ki Carpini ve Rubruquis'un seyahatleri, Venedikli *Marco Polo*'nun ünü ve anlattıkları yanında gölgede kalmıştır.

John Mandeville, Marco Polo ve Pordenoneli Odoric Orta Çağ Avrupalılarına Doğu'ya özgü daha gerçekçi anlatılar bıraktılar. Orta Çağ seyahatleri içerisinde Marco Polo, yazdıklarının çoğuna tanık olmasıyla diğerlerine göre daha öndedir. Orta Çağ Hristiyan gezginlerin en deneyimli, verimli ve etkili Marco Polo'ydu (1254-1324). Yolculuğu 24 sene sürmüştü. Çin'i bir uçtan bir uca okyanusa kadar katetti. Bu arada *Kubilay Han*'ın danışmanlığını yaparak çeşitli kimliklere büründü. Dili rahatlıkla kullanabiliyordu. Böylelikle Çin kültürüne ve Çin'deki gündelik yaşama kolayca uyum sağladı. Kuşaklar boyunca

Polo'nun canlı ve gerçekçi Doğu yaşamı betimlemeleri Avrupa için Asya'nın keşfi niteliğinde olmuştu. Marco Polo, babası ve amcasının eşliğinde Kuzey İran üzerinden Tebriz, Karadeniz'in güneyindeki bir liman olan Trabzon ve sonra da İstanbul yoluyla tam 24 yıllık bir ayrılıktan sonra 1295 kışında Venedik'e dönebildi. Bir söylentiye göre, Venedikliden çok üç kılıksız Tatar'a benzeyen bu yabancıları soylu akrabaları kabul etmedi.

Orta Çağ sonlarında Avrupa'dan Asya'ya karadan yapılacak güvenli bir yolculuğa ait en heyecan verici rehber elbette Marco Polo'nun seyahatnamesidir. Marco Polo, zengin, adil ve Hristiyanları bile hoş gören bir Çin imajı çizmiştir. Ne var ki keşfedilecek doğuya ilişkin en kapsamlı betimlemeler Mandeville'in seyahatnamesinde yer almıştır. 14. yüzyılda meçhul biri tarafından, Latince akademik çalışmalardan derlenmiş, daha sonra sürekli çevirisi yapılmış, uyarlanmış, resimlenmiş ve yeniden basılmış olan Sir John Mandeville'in seyahat kitabı, dünyanın sınırları hakkında kapsamlı ve heyecan uyandırıcı bir panorama ortaya koymuştur. *John Mandeville'in Seyahatleri*, İngiltere'nin güneyindeki St Albans'tan 1332'de kutsal topraklara, Asya ve Afrika'ya bir yolculuğa çıkan bir şövalye olan John Mandeville'in hikayesini anlatmaktadır. Ne var ki böyle bir karakterin yaşayıp yaşamadığına dair herhangi bir delil bulunmamaktadır.

Mandeville, Hristiyan kaşiflerin yönünü yeryüzünün cenneti olarak nitelendirdiği Aziz John'un krallığına yönlendirmiştir. Mandeville uzak diyarları, zengin ve tuhaf krallıkları; buradaki halkların ilginç gelenekleri, kurumları, alfabeleri ve yiyecekleri ile doldurmuştur. Böylelikle, dolaylı ama yanlışsız olarak, Yunanlılarla başlayan egzotik Doğu anlatılarının devamını yazmıştır. John Mandeville'in 14. yüzyıldaki heyecan dolu yolculukları Marco Polo'nun 1290'lardaki Doğu anlatımından çok daha etkili olmuştur. Defalarca çoğaltılmış, kısaltılmış, resimlenmiş, elyazması şeklinde tercüme edilmiş ve matbaa çağında bile popüleritesini yitirmemiştir. Mandeville'in hikayesinde Hristiyan mucizeci rahipler, Plinius'un canavar ırkları, yamyamlar, Amazonlar, tek gözülü adamlar, Wemmy'ler, köpek kafalılar, ayaklarını kızgın güneşe karşı şemsiye gibi kullanabilen

tek ayaklı adamlar bir arada yer almıştır. Mandeville Avrupa'dan uzaklaştıkça daha da inanılmaz hikayeler anlatmıştır. Mandeville'i Avrupa'da etkili kılan bir yönü de dünyanın etrafında gemiyle dolaşılabilceği kuramının yaygınlaşmasına neden olmasıdır. Bu konuda bazısı bilimsel, bazısı masalsi anlatımlarda bulunmuştur.

13. yüzyılın sonlarından başlayarak, Fransisken rahipleri Doğu Asya'da bir varlık oluşturmak için kararlı bir çaba başlatmışlardı. Pekin'in ilk Katolik Piskoposu olan *Montecorvinolu John* ve Çin ve Hindistan'ı dolaşan *Giovanni de Marignolli* gibi misyonerler bu konuda ilk öncülerdi. Ancak bu din adamları içerisinde en çok öne çıkan kişi, 1316 civarında Doğu'ya doğru yola çıkan Çek kökenli bir Fransisken olan *Pordenoneli Odoric*'ti. Odoric, İran'da bir süre kaldıktan sonra, Java, Sumatra ve Borneo'ya gitmişti. Çin'e vardığında, başlangıçta Pekin'de kaldı ancak sonraki üç yıl boyunca geniş çapta seyahat etmeye devam etti, özellikle Hangzhou'dan etkilendi. Daha sonra Tibet üzerinden eve dönmeye karar verdi. Seyahat anlatıları Avrupa'da son derece etkili oldu.

Hristiyanların Moğolların açtığı yoldan Çin'e doğru yol aldıkları bir dönemde Cenevizliler Cebelitarık Boğazı'nın ötesinde bir yol bulabilmenin arayışına girişmişlerdi. 1291'de Cenevizli Vivaldi kardeşler kötü sonuçlanan, Afrika'yı denizden dolaşma projeleri için, Cenova'dan yola çıkmışlardı.

Macaristan Kralı Bela, 1235'te dört Dominiken keşişi ananevi dinlerini yaşayan akrabalarını bulmak için Volga taraflarına gönderdi. Bunlardan sadece *Julian* adlı bir keşiş yolculuğu tamamlayıp geri dönebildi. Julian ve çağdaşı Macarlar, *Magna Hungaria* "Büyük Macaristan" olarak anılan bir bölgede Doğu Macarlarının yaşadığına inanıyordu. Julian, seyahatine başladığı tarihlerde, Moğollar Bulgar Hanlığı sınırlarına geldiler. O da geri döndü. Yazdığı kronik Moğolların Bulgar ülkesindeki faaliyetlerini içermesi ile Katolik Hristiyanları Moğol tehdidi konusunda uarması bakımından tarihi açıdan da önemli ve kıymetli bilgiler içermektedir.

Sınırlı sayıda olsa da Moğollar zamanında bazı Avrupalı tacirler İpek Yolu'ndan Doğu Asya'ya ilerledi. Floransalı bir banker ailesi tarafından

1340'ta gönderilen *Francesco Balducci Pegolotti*, kısa adıyla Bardi, gezgin tacirler için hazırladığı el kitabında gelişen ticaretle ilgili bazı ipuçları verdi. Bu kitap, kara yolculuğu yapanların gereksinimi olan kentler arasındaki mesafeler, yerel tehlikeler, ağırlık ölçüleri, fiyatlar ve kurlar, gelenek-görenekler, gümrük kuralları üzerinde pratik denebilecek tavsiyelerin yanı sıra ne yemeli ne yememeli, nerelerde konaklamalı gibi bilgiler de içermekteydi.

Moğol Asrı da denen 13. yüzyılda bazı Avrupalılar Doğu'ya, bazı Çinliler de Batı'ya yöneldiler. Evlerine dönen Batılılar ve yolculuk eden Çinliler, yanlarında oyun kağıtları, porselen, tekstil, sanatsal içerikli desenler, çeşitli mobilya stilleri getirirken Avrupalı üst sınıf halkın da yaşamlarının yeni bir şekil kazanmasına sebep olmuşlardı. Kâğıt para, matbaa, barut gibi çok önemli yenilikler dünyayı sarstı. Bu yenilikler önce Ortadoğu'ya, sonra da Araplar ve diğer uluslar aracılığıyla Avrupa'ya taşındı. Aslında böylesine anlık kavramlar çok nadir olarak benimsenirdi.

Moğolların ardından *Timur*, kendi topraklarında Batılıların güvenlik ve rahat içinde İran'dan Tebriz'e kadar ulaşmasını sağladı. Timur'un gücü *Semerkant*'ta sona eriyordu. Semerkant Timur zamanına geldiğinde Asya'daki Atina gibiydi. Ne var ki Timur 1405'te öldüğünde Semerkant hayalet bir şehre döndü. Çin'e ve yakınına kadar gidilen yollar artık Avrupalılar için kapanmıştı. Çinliler ülkelerine Avrupalıların girmesine de izin vermiyordu. Çinliler kendilerini dış dünyaya karşı izole etme yöntemine başvuruyorlardı. Madridli soylu *Ruy Gonzales de Clavijo* ve iki arkadaşı Kastilya Kralı *II. Henry* tarafından Timur'a yollanmıştı. Amaç Türklere karşı Timur'la bir ittifak kurmaktı. Clavijo ve beraberindekiler gemilerle Trabzon'a gelip, oradan karayoluyla Semerkant'a ulaştılar. Ancak onlar Semerkant'a vardıklarında Timur ölmüş ve varisleri arasında çoktan taht kavgası başlamıştı.

Son olarak doğudan ayrıntılı bilgi getirebilen Avrupalı ne bir misyoner ne bir serüvenci ne bir diplomat ne de tüccardı. Bu kişi *Hans Shiltberger* adındaki, Bavyeralı iyi bir aileye mensup isteksiz bir yolcuydu. *Niğbolu Savaşı*'nda (1396) Macar Kralı Sigismund tarafından yönetilen Haçlılarla

birlikte Türklere esir düştüğü sırada on beş yaşındaydı. Sonraki otuz iki sene boyunca Shiltberger, Osmanlı Sultanı *Yıldırım Bayezid*'in kölesi olmuştu. Daha sonra da Timur ve onun mirasçılarının kölesi oldu. Kahyalık ve benzeri birçok iş yaptı. Özgürlüğüne kavuşuncaya değin tek amacı hayatta kalmayı başarabilmektir. Savaşlar nedeniyle bir yandan bir yana savrulurken bir köle gözüyle Türkler ve Tatarların yaşantılarını gözleme şansı yakaladı. Clavijo gibi o da Semerkant'tan ötesini göremedi. Amazon savaşçıları ve Kahire hakkında önemli bilgiler verdi.

Doğulu Seyyahlar

Çinli Seyyahlar: Batı'nın dikkatini Doğu'ya çevirdiği bir zaman diliminde Doğu'dan, özellikle de Çin'den Batı'ya doğru giden az sayıda gezgin vardır. Bunlardan birisi de Çinli Nasturi bir keşiştir. Doğu'nun Marco Polo'su olarak adlandırılan *Rabban Bar Sauma*, Uygur asıllı Nasturi bir Hristiyan keşiştir. Kudüs'e gidip hacı olmaya karar verdi ve Asya karasını boydan boya katetti. Sonunda Bağdat'a ulaştı, ancak kutsal topraklardaki bir savaş Kudüs'e seyahatini engelledi. Bir Ermeni manastırında birkaç yıl geçirdikten sonra, İran'ın Moğol hükümdarı Rabban'ı diplomatik bir görevle Avrupa'ya yollamak istedi. Korkusuz keşiş İstanbul'dan geçti ve Roma'ya vardı. Bazı kardinallerin onun bir sapkın olduğundan şüphelendiği Roma'dan zorlukla canını kurtarıp ayrıldı. Fransa Kralı Philip'in yanında kaldı ve Bordeaux yakınlarında Atlantik Okyanusu'na ulaştı ve burada İngiltere Kralı Edward ile tanıştı. Başarıyla İran'a döndükten sonra Rabban, Azerbaycan'da bir manastır kurmak üzere emekliye ayrıldı. Modern tarihçilere Orta Çağ Avrupası hakkında büyüleyici bir yabancı bakış açısı sağlayarak seyahatlerinin bir günlüğünü dikkatle tuttu. *Li Da ve Chen Cheng* (1365-1457), 1410'larda Orta Asya'da tehlikeli bir sefer yapan iki Çinli hadımdı. Li Da, Asya'nın kalbine iki kez seyahat etmiş açık ara daha deneyimli bir gezgindi. Ama gezip gördüklerini yazmadı, bu yüzden neredeyse unutuldu. Ancak Chen Cheng ayrıntılı bir günlük tuttu. 1396'da Chen, sınır savunması kurmak için batı bölgesine diplomatik bir görevle gönderildi. 1397'de İmparator Yongle tarafından Vietnam'a

elçi olarak yollandı. 1414, 1416 ve 1420'de Chen Cheng, Semerkant'taki Timurlu hanedanının sarayına yollanan bir Ming heyetine önderlik etti. Heyetin seyahati Herat'a kadar sürdü. Heyetin içerisinde Li Da da vardı.

Çinlilerin 15. yüzyılda başlattığı deniz seferleri Chen Cheng ve Li Da gibi Çin diplomatlarının seyahatlerine oranla daha görkemli ve etkileyici oldu. Çin'in deniz seferleri bir hadım ve amiral olan *Cheng Ho* (Zheng He) (1371-1433) kumandasında gerçekleştirilmişti. Ho, Yunnan'daki bir Müslüman aileden geliyordu. Babası hacı olmak için Mekke'ye gitmişti; bu nedenle Güneydoğu Asya ve Hint Okyanusu'ndaki ticaret ve hac yolları hakkında yeterince bilgi sahibiydi. 1405-1433 arasında yükünün yanı sıra yaklaşık 500 kişilik taşıma kapasitesine sahip, açık deniz yolculuğu yapabilen her biri 1500 tonluk 60'ın üzerinde muazzam *çunke*'den (gemi) oluşan filoyla yedi yolculuk yapmıştı. Yaklaşık 100 yıl sonra Hint Okyanusu'na ulaşabilen Avrupa gemilerinin ağırlığı ve taşıma kapasitesi yalnız 300 tondur ve bu tarihte tüm Çin donanması yaklaşık 6500 gemiden oluşuyordu. 1405-1411'deki ilk üç seyahat Cava, Tayland ve Sri Lanka'yla, Hindistan sahilindeki Kalikut ve Koçin'e yapıldı. 1415'te Sumatra'ya ve daha sonra Hint Okyanusu'nu geçerek Hürmüz'e, Körfez ile Maldiv Adaları'na uğramadan doğrudan Aden'e gitti. Son üç seyahat Doğu Afrika'ya, özellikle Mogadişu, Mozambik ve Madagaskar Boğazı'na yapılmıştı. Bu yolculuklardan birinde iki zürafa, geri dönen konvoydan önce Malindi'den Çin'e gönderildi. Bu seyahatler Avrupalıların 16. yüzyılın başlarında yaptıklarından çok farklıydı. Çinlilerin, karşılaştıkları halkları fethetme veya dinlerini zorla değiştirtme girişimleri olmadı; zorla din değiştirtme düşüncesi, bir sürü dini deneyimlemiş olan Çinliler için bilinmeyen bir kavramdı. Çinliler, filonun 1409'da uğradığı Sri Lanka'daki olayların gösterdiği üzere, ziyaret edecekleri insanlar hakkında son derece detaylı bilgi sahibiydiler. Olayın anısına dikilen bir kitabe -Çince, Tamilce ve Farsça olmak üzere- üç dilde yazılmıştı. Adadaki her üç din için de imparatorun hediyeleri getirilmişti. Çin'e geri döndüğünde, seyahatlerin sonuçları çoğunlukla yayımlandı. En ünlü üç kitap *Batı Okyanuslarının Barbar Krallıkları Üze-*

rine Risale (1434), *Galaksi Yolundaki Teknenin Keşfettiği Harikulade Şeyler* (1436) ve Okyanusların Harikaları'ydı (1451).

Müslüman Seyyahlar: Hz. Muhammed ve Dört Halife dönemlerinden itibaren İslâm fetihlerini kolaylaştırma, yeni fethedilen İslâm beldelerini ve halkını tanıma, başta hadis olmak üzere çeşitli ilimleri tahsil etme vb. amaçlarla Müslümanlar tarafından seyahatler gerçekleştirilmiştir. İslam dininin tebliğ edilmesi de yapılan seyahatlerin önemli amaçlarından birisi olmuştur. Seyahatler bazen bir devletin elçisi olarak da yapılabilmektedir. Birûnî'nin *Tahkiku mâi'l-Hind* adlı eserinde olduğu gibi Müslüman seyyahlar yaptıkları seyahatlerinde başka inançları araştırmak, çeşitli düşüncelerle tanışmak ve farklı toplumları tanımak gibi amaçlar da gütmüşlerdir. Müslümanların kısa bir zamanda Atlas okyanusundan Ceyhun Nehri'ne kadarki geniş bir alana tek başlarına hâkim olmaları ve bu alanda seyahat özgürlüğünü ve güvenliğini sağlamaları, büyük bir toplumsal ve kültürel hareketliliğe yol açmıştır.

Bilinen ilk İslam seyyahı *Mekhûl b. Ebû Müslim*'dir (ö. 112/730). Mısır, Suriye ve Irak şehirleriyle bütün Ortadoğu'yu ve Hicaz bölgesini dolaşmıştır. Dokuzuncu yüzyılda bir tacir olan Basralı Süleyman (Süleyman et-Tacir) Basra Körfezi'nden hareket edip Asya'yı izleyerek Çin kıyılarında kara ya çıkmıştır. Bu seyahatin hikâyesi, birbirinden farklı iki kısmı içermektedir: Bu kısımlardan birincisi, bu seyahatin gerçek sahibi Süleyman tarafından 851 yılında yazılmıştır. Diğeri ise, birinci kısmı tamamlamak amacıyla Ebu Zeyd Hasan adındaki bir coğrafyacı tarafından 878 yılında yazılmıştır. Bu seyahatname, bir taraftan, dokuzuncu yüzyılda, Basra Körfezi sahil ülkelerinin Mısır ve Arabistan sahilleriyle, diğer taraftan Hindistan ve Çin'in geniş eyaletleriyle cereyan etmiş ticari ilişkileri gün ışığına çıkarmıştır. Süleyman Umman Denizi, Sumatra, Seylan, Siyam Körfezi, Çin Denizi'ni dolaşmıştır.

Abbâsî Halifesi Muktedir-Billâh, 921'de İdil Bulgar Hükümdarı Almuş (Almış) Han'ın İdil'deki karargâhına *İbn Fadlân'ın* başkanlığında dinî bir heyet göndermiştir. İbn Fadlân, bu seyahatle ilgili kitabında (*Risâletü İbn Fadlân*) Bağdat'tan ayrılıp yine oraya dönünceye kadar gördükleri-

ni, Bulgar ülkesini ve Rusya'yı, ayrıca buralarda yaşayan halkı ve âdetlerini anlatmıştır. İbn-i Fadlân'ın seyahatnamesi Rus tarihi hakkında en eski bilgileri veren kaynak olması bakımından da değerlidir. *Ebû Bekir İbnü'l-Arabî*'den (ö. 1148) itibaren seyahatnâmeler günlük anılar şeklinde de yazılmıştır. *İbn Cübeyr* bu yeni türü daha ileriye götürmüş, eserinde yüksek bir edebî üslûp kullanmış olması dolayısıyla seyahat edebiyatının onunla başladığı söylenmiştir. İbn Cübeyr hac maksadıyla çıktığı seyahatine 1183'te Gırnata'dan başlamış ve yolculuğu iki yıl üç buçuk ay sürmüştür. Seyahatnâmesi *Rihletü İbn Cübeyr* veya *Rihletü'l-Kinânî* olarak tanınır. Seyahati esnasında Mısır, Hicaz, Irak ve Suriye'ye de uğrayan İbn Cübeyr izlenimlerini günlük notlar halinde kaleme almış, ekonomik, sosyal ve siyasi değerlendirmelerde bulunmuştur.

Müslümanları seyahate yönelten önemli faktörlerden birisi de *hac* oldu. İslam'ın beş şartından birisi maddi gücü yeterli ve yokluğunda ailesini geçindirebilecek her Müslüman'ı, yaşamı boyunca en azından bir defa Mekke'yi ziyaret etmeye yönlendirdi. Hac sırasında hacılar iki parçadan oluşan ihram adı verilen beyaz giysilerini giyerler. Bu onların Allah karşısında eşit olduklarını gösterir. Hac ibadeti boyunca tıraş olmaz ve tırnaklarını kesmezler. Kâbe'nin çevresinde yedi kez dönmek ve Mekke yöresinde bazı yerlerden geçmek zorundadırlar. Döndüklerinde de hacı olarak anılmaya hak kazanmış olurlar. *İbn-i Battuta* (1304-1374) Orta Çağ'ın en meşhur Müslüman gezginidir. Henüz 21 yaşındayken Fas'taki Tanca kentinden ayrıldığında niyeti hacca gitmekti. Gezilerini anlattığı seyahatnamesi onu *Müslümanların Marco Polo'su* yapmıştı. Kendine seyahatlerinde bir kural belirlemişti: "Aynı yoldan asla iki kez geçmeyecekti." Ne var ki Mekke'ye dört kez hac amacıyla gitti ve bu kuralı çiğnedi. Toplam yetmiş beş bin kilometre yol katetti. Bu yönüyle kendinden önceki bütün gezginlerin rekorunu kırmayı başardı. Bütün Müslüman ülkeleri ve bu ülkelerin komşularını ziyaret etti. Delhi, Maldivler ve Seylan gibi yerlerde kadılık bile yaptı. Yolculukları bilinmeyi keşfetmek gibi bir amaca hizmet etmedi. Yine de onun seyahati korsanlara ve güçlü sultanlara rağmen bir Müslüman'ın dünyayı tanımak için dolaşabileceğini ortaya

koydu. Müslümanlar için hac gezilerinin önemi hiçbir zaman bitmedi. İbn-i Batuta hac olayını *Müslüman dünyasının yıllık kurultayı* olarak tanımladı. Dünyanın önemli gezginlerinden sayılan İbn Battûta seyahatnâmelere yeni bir anlayış ve üslûp getirmiş, ülke ve beldelerin özelliklerinden çok insanların ve halkların durumları, sosyal hayat, inanç ve gelenekleriyle ilgili bilgiler vermiş, bundan dolayı seyahatnâmesi tarih, coğrafya ve edebiyat yönünden olduğu kadar etnografik, antropolojik, sosyokültürel açılardan da büyük bir değer taşımıştır. Seyahatleri 1325'ten itibaren otuz yıla yakın sürmüş olan İbn Battûta'nın gezdiği yerler arasında Türkiye, Hindistan, Çin, Endülüs, Batı Sudan, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır gibi ülkeler bulunmaktadır. Gezileri esnasında tuttuğu notlar, Hindistan'da soyguna uğraması ve Kalküta Limanı'nda binmiş olduğu geminin batmasıyla zarar görmüş ve eserin yazılması bazı konularda sadece gezginin hâfızasına dayandırılmıştır. Türk-Moğol tarihiyle ilgili önemli bilgiler ihtiva eden seyahatnâmesi *Tufetü'n-nüzzâr fi garâibi'l-emsâr ve 'acâibi'l-esfâr* adını taşır. *Rihle* adıyla da zikredilir.

Gerçek bir seyahate dayanan ilk Farsça eser, *Nasır-ı Hüsrev'in Sefer-nâme'sidir*. Aynı zamanda ilk dönem Müslüman seyyahlarından sayılan Nâsır-ı Hüsrev, Aralık 1045'te, hacca gitmek üzere yola çıkmış ve yaklaşık yedi yıl sürecek seyahatine başlamıştır. Nişâbur, Damgan, Simnân, Kazvin ve Şemîrân'a uğrayarak Tebriz'e ulaşmış; oradan Hoy, Ahlat, Bitlis, Silvan ve Diyarbakır yoluyla Urfa'ya kadar gitmiştir. Suriye ve Filistin şehirlerini ziyaret ettikten sonra ilk haccını gerçekleştirmiştir. Ardından İran'ın tamamını, Anadolu, Suriye, Filistin, Hicaz, Mısır, Sudan ve Tunus'u ziyaret etmiştir. Türk edebiyatında ilk seyahatnâme örneği Hoca Gıyaseddin Nakkaş'ın *Acâibü'l-Letâif'idir*. *Hıtay Sefaretnamesi* adıyla da anılmaktadır. 1422'de tamamlanan eserde Hoca Gıyaseddin, Timur'un oğlu Mirza Şahruh'un Çin imparatoruna gönderdiği elçilik heyetinin Herat'tan başlayan ve üç yıl devam eden yolculuğunu anlatmaktadır.

Orta Çağ Seyyahlarının ve Orta Çağ Zihin Dünyasının Geleceğe Aktardığı Kültürel Miras: İşin aslı, Orta Çağ biterken ve insan oğlu 15. yüzyıla gi-

rerken seyyahların, keşişlerin ve tacirlerin kıta dışından getirdikleri haberler Avrupa'da önemli yer tutmaktaydı. Bu haberler çoğunlukla inançlarının ve intikam duygularının yönlendirmesiyle maceraya atılmış bir dizi seyyahın gördükleri ve işittikleri tuhaflıkları da içerisinde barındırmaktaydı. Seyyah raporları, Çin ile Hindistan'ı dünyaya sevk ettikleri ticari mallarla anmaktaydı. Çok daha az sayıda Çinli seyyah Batı'ya yönelik serüvenlere atılmıştı. Çinliler ve Hintliler ile Avrupalılar arasında bir bilgi uçurumu olduğu açıktı.

Yeni Çağ'ın ilk sancılarının başladığı zaman diliminde bile gerçeklerle mitler ve fanteziler büyük ölçüde karışmaktaydı. Avrupa'da, hâlen, kayıp adalar, Asya ya da Afrika'da Müslümanların yaşadığı bölgelerden ötede bir yerde yaşayan Hristiyan Kral Aziz John ve Batı'da Atlantis kıtasından söz eden ve bilimsel temellere dayanmayan inanışlar da halk nazarında önemli yer meşgul ediyordu. Her şeye rağmen, birçok ulus ve dile ayrılmış olsa da, Avrupa günümüzde de olduğu gibi tutarlı bir bütündü. Baskın bir biçimde aynı ırktan gelen insanları barındırmaktaydı. Buna karşılık Afrika ve çok daha belirgin olmak üzere seyyahların gözdesi Asya, olağanüstü bir çeşitlilik göstermekteydi. Orta Çağ'da Batı'nın Doğu'ya olan merakının altında biraz da bu çeşitliliğin etkisinin olduğunu unutmamak gerekir. Seyyahlar, birçok itici faktörün yanında "acaib ve garaib" in peşinden koşan insanlardır.

Akdeniz Avrupalılar için tanıdıktı ve denizin öte yakasında yaşayanlarla Avrupalılar her zaman temas halinde olmuştu. Bir yandan bu deniz Hristiyanlıkla İslam'ın keşiştiği bir arenaydı. İslamiyet ve Hristiyanlık Orta Çağ'ın küsmüş ikiz kardeşleriydi ve aynı kaynaktan gelmekteydi. Doğum yerleri ortaktı ve Ortadoğu'ydu. Hac gibi bir ibadet bu iki dinin temsilcilerini Ortadoğu'da karşı karşıya getirmekteydi. Hristiyan hacıların ana hac merkezi Kudüs'ken Müslümanların ana hac merkezi Hicaz'dı. Daha da önemlisi her iki dinden seyyahların önemli bir kısmının yola çıkış hikayesi hac ibadetine dayanmaktaydı. Orta Çağ'ın bilinen dünyasında Asya'nın güney ve doğu, Afrika'nın orta ve güney kesimlerindeki ırkların bütün acayip ve garipliklerine rağmen,

Akdeniz'in her iki yakasında yaşayanlar ortak bir mirası paylaşanlardı.

Batı Hristiyan dünyası, özellikle de Hristiyan seyyahlar İranlıların, Hintlilerin ve Çinlilerin daha uzakta kalan topraklarından ayırmak üzere süreç içerisinde bugün üzerinde yaşadığımız Türkiye topraklarını "Küçük Asya" olarak adlandırdılar. Bu nedenledir ki seyyah anılarında Anadolu adı Küçük Asya kaldı. Benzer biçimde, Uzak Doğu, Batı'nın ilgisini çekmeye başlayınca yaşadığımız toprakların adı, biraz da önyargılı bir biçimde, Yakın Doğu veya Orta Doğu'ya dönüştü.

Karşılıklı seyyahların gidip geldiği bir zaman diliminde Müslümanlar dünyayı biri coğrafi öbürü aynı anda dini ve siyasi olmak üzere iki yoldan tanımlamaktaydı. Arapça, Farsça, Türkçe ve öteki İslam dillerinde yazılmış coğrafya eserleri dünyayı ayırmada çoğunlukla "iklim"leri temel aldı. Müslümanların "iklim"leri bütünüyle coğrafi niteliktedir ve herhangi bir biçimde dini, kültürel, etnik ya da siyasi çağrışımlar taşımamaktadır. Müslümanlara göre, dünyada önemli ve etkili olan ikinci bir ayırım çizgisi İslamiyet'in hüküm sürdüğü topraklar ile henüz bu safa katılmamış olan yerlerdi.

Hristiyanlık ve İslamiyet'in kimlikleri belirlediği bir çağda Hristiyanlar düşmanlarını Müslüman kimliği yerine Mağribi, Serazen, Türk ya da Tatar; Müslümanlar da Avrupa'nın sakinlerini Hristiyan yerine Rum, Frenk ya da Slav olarak etnik ve bölgesel özelliklere göre adlandırdı. Dinsel nitelendirme söz konusu olduğunda ve savaş baltaları toprağın altından çıkarıldığında nitelendirme her iki taraf için de aynıydı: Kâfir ya da Gavur. İki din üzerinde temellenen Orta Çağ yolculukları ve seyahat anlatıları yukarıda bahsedilen farklılıklar ve ortaklıkların açığa çıkmasında önemli bir belirleyici oldu ve günümüzdeki bazı düşmanlıkların ve tanımlamaların da alt yapısını oluşturdu.

Bu arada günümüz yazarları ve filmleri için de Orta Çağ bir esin kaynağı olmayı sürdürüyor. Orta Çağ'da seyahati anlamak için Ivanhoe, Joan of Arc, The Radicals, El Cid, Sant Antonio di Padova, Monty Python ve Holy Grail filmlere bakılabilir. Her ne kadar bu filmler birer kurgu olsa

da o tarihlerin seyahat koşulları ve zorluklarını anlamaya yardımcı olmaktadır.

Gelecek sayıda Keşifler çağında kaşifler ve seyahatleriyle ilgili yazımızda görüşmek üzere.

SEÇİLMİŞ KAYNAKÇA

- Akpınar, A. (1998). *Kur'an Aydınlığında Seyahat*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Boorstin, D. J. (1994). *Keşifler ve Buluşlar*. (Çev. Fatoş Dilber). İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Cait Stevenson. What Was It Like To Travel During the Middle Ages? Part 1: Going by Road. <https://www.medievalists.net/2019/08/travel-middle-ages-road/>, Erişim tarihi: 19 Ekim 2021.
- Chaucer, G. (2005). *The Canterbury Tales*. (Editör: Jill Mann). Londra: Penguin Books.
- Grafton, A. (2004). *Yeni Dünyalar Eski Metinler: Geleneğin Gücü ve Keşiflerin Yarattığı Şaşkınlık*. (Çev. Füsün Savcı). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Grant, N. (2001). *Everyday Life in Medieval Europe*. Florence: McRae Books.
- Labarge, M. W. (1983). *Medieval Travellers*. New York ve Londra: W. W. Norton & Company.
- Livingstone, J. (2018). Travel, Trade and Exploration in the Middle Ages. <https://www.bl.uk/medieval-literature/articles/travel-trade-and-exploration-in-the-middle-ages>, Erişim Tarihi: 1 Kasım 2021.
- Newman, P. B. (2011). *Travel and Trade in the Middle Ages*. Jefferson, NC: McFarland & Company.
- Olher, N. (1989). *The Medieval Traveller*. (transl. Caroline Hillier). Woodbridge, Suffolk: The Boydell Press.
- Said, E. (1978). *Orientalism*.¹ New York: Pantheon Books.
- Touati, H. (2016). *Ortaçağ'da İslam ve Seyahat: Bir Âlim Uğraşının Tarihi ve Antropolojisi*. (Çev. Ali Berktaş). 2. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Türkiye Diyanet Vakfı *İslam Ansiklopedisi*. Muhtelif Ciltler
- Ülgen, P. ve Çaylı, M. (2020). Eski Bir Şövalyenin Gözünden XIV. Yüzyılda Ege Adaları: Bizans İmparatorluğu, Haçlılar ve Türkler. *Cappadocia Journal of History and Social Sciences*, 14: 93-102.
- Verne, J. (1982). *Dünyanın Keşfi-I*. (Çev. Ferid Namık Hansoy). İstanbul: İnkılap ve Aka Kitabevleri.
- Wikipedia*.
- Yazıcı, H.-Coşun, M.-Dilek, K. (2009). *Seyahatname*. TDVİA. Cilt- 37. (ss. 9-16). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayını.

Doç. Dr. Murat HANİLÇE, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Tokat.
E-posta: murat.hanilce@gop.edu.tr

Turizm Tarihi İncelemeleri

Tablo 2. Orta Çağ Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler

Seyyah Adı	Kökeni	Eseri	Tarih	Gördüğü/Anlattığı Yerler
<i>Egeria (Etheria ya da Aetheria)</i>	Galyalı-İspanyol	Peregrinatio ya da Itinerarium Egeriae	380'ler	Hristiyanların Kutsal topraklarına bir kadının yolculuğunu içeren Latince seyahatname
<i>Cosmas Indicopleustes (Keşiş Cosmas)</i>	İskenderiyeli Yunan tüccar	Christian Topography Hristiyan Topografyası	6. yüzyıl	Hindistan, Seylan, Etyopya, Eritre vd.
<i>Arculf (İrlandalı Adomnan'ın anlatımıyla/625-704)</i>	Aziz Orta Doğu'ya giden en eski Batı Avrupalı, Alman	De Locis Sanctis (Kutsal yerler Hakkında) ¹ İrlandalı Aziz Adomnan kaleme alındı.	670	Kutsal yerler hakkında rehber kitap
<i>Mekhul bin Ebu Müslim (öl. 730)</i>	Suriye fıkıh okulu temsilcisi (İlk İslam seyyahı)	?	8. yüzyıl	Mısır, Suriye, Irak, Hicaz, Ortadoğu
<i>Aziz Willibald (700-787) (Heidenheimli Huneberc'in anlatımıyla)</i>	Kutsal topraklara seyahat eden ilk İngiliz	The Hodoeporican ² of St. Willibald, (Aziz Willibald'ın Seyahat Rehberi)	8. yüzyıl	Kutsal yerlere yolculuk (Kudüs ve çevresi)
<i>Yahyâ b. Hakem el-Bekrî (El-Gazal) (9. Yüzyıl)</i>	Endülüs Emevî Halifesi II. Abdurrahman tarafından 208 (824) yılında Normanlara gönderilen elçi	?	9. Yüzyıl	Norveç vs.
<i>Sellâm et-Tercümân (9. Yüzyıl)</i>	Abbâsî Halifesi Vâsîk-Billâh'ın 228'de (842) Çin Seddi hakkında bilgi edinmek amacıyla gönderdiği elçi	?	9. Yüzyıl	Semerra'dan Çin'e
<i>Süleyman et-Tâcir</i>	Müslüman Arap Seyyah (Çin ve Hint Okyanusu hakkında ilk Arapça eser veren kişi))	Ahbârü's-Şin ve'l-Hind	851-852	Çin Hindistan ve Malezya
<i>Aziz Ansgar (Anskar-Anschar-Oscar) (801-865)</i>	Doğu Frank Krallığı'nın kuzey kesiminde Hamburg-Bremen Başpiskoposu	Vita Ansgarii The Apostle of the North ³	9. yüzyıl	Kuzey Avrupa (İsveç ve dolaylarında misyonerlik faaliyetleri)
<i>El-Cahiz (Ebu Osman Amr bin Bahr el-Kinani el-Fukaiimi el-Basri) (767-869)</i>	Basra doğumlu Afro-Arap	Hayanlar Kitabı Türklerin Faziletleri Cimriler Kitabı Hilafet Ordusunun Menkıbeleri ve Türklerin Faziletleri Kitâbü't-Tebaşşur bi't-ticâre Kitâbü'l-Büldân. Kitâbü'l-Emşâr ve 'acâ'ibü'l-büldân vd.	9. yüzyıl	Mekke, Medine, Küfe, Şam, Antakya, Mısır vd.
<i>Tâcir İbn Vehb el-Kureşî</i>	?	?	870	Sirâf Limanı'ndan yaptığı Çin ve Hindistan seyahati
<i>Bernard Monachus (Hacı Bernard-Bilge Bernard-Keşiş Bernard) (9. Yüzyıl)</i>	Frank piskoposu	Malmesbury'li William, 12. yüzyılın başlarındaki Gesta Regum Anglorum (İngiltere Krallarının Tarihi) adlı çalışmasında Bernard'a atıfta bulundu. Mabilion, 1672'de Paris'te yayınlanan Acta Sanctorum Ordinis Benedicti'sinde onun seyahat programını yayınladı.	865-871	Akdeniz, İtalya, Mısır, Kutsal topraklar (Kudüs ve çevresi) ve Fransa
<i>İbn Hurdâzbih (Ebü'l-Kasım Ubeydullah b. Abdillâh b. Hurdâzbih) (öl. 913?)</i>	İslam coğrafyacısı (İslam coğrafyacılarının babası)	Kitâbü'l-Mesâlik ve'l-memâlik	9. yüzyıl	Irak, Hindistan, Çin vs.

¹ Bede'nin Ecclesiastical History of the English People (İngiliz Halkının Din Tarihi) kitabının 5. cildinin 15-17 bölümlerinde Adomnan'ın Locis Sanctis'i özetlemiştir.

² Latince Hodoeporicon kelimesi seyahat rehberi anlamına gelmektedir ve sekizinci yüzyılda Kutsal Topraklara yapılan bir hac yolculuğunun günümüze ulaşan tek anlatısıdır ve Adaman/Arculf'un (670) eseriyle benzer bir tarz ve içeriğe sahiptir.

³ Vita Anskani'den, Misyoner Arkadaşı Piskopos Rimbert tarafından çevrilmiştir.

Tablo 2. Orta Çağ Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>İbn Rüste (Ebû Alî Ahmed b. Ömer b. Rüste) (öl. 913?)</i>	İsfahanlı coğrafyacı ve astronom	el-A'lâku'n-nefise	9. yüzyıl	Bağdat üzerinden hacca gidiş vd.
<i>Et-Taberî (Ebû Ca'fer Muhammed b. Cerîr b. Yezîd el-Âmülî et-Taberî el-Bağdâdî) (öl. 923)</i>	İslam müfessiri, tarihçi, muhaddis ve fakih	Târîhü'l-ümem ve'l-mülûk	9. yüzyıl	Arap yarımadası vs.
<i>İbn A'Sem el-Kûfî (Ebû Muhammed Ahmed b. A'sem el-Kûfî el-Ahbârî) (öl. 932)</i>	Şii tarihçi, şair ve din adamı	Kitabü'l-Fütuh	900'ler	Hazar torakları, Harezmi, Horasan, Anadolu vs.
<i>Ya'kub et-Turtûşî (9-10. Yüzyıl)</i>	İspanya'da bir Yahudi, 902 yılında Kurtuba (Córdoba) halifesinin elçisi olarak Alman İmparatoru Otto'yu ziyaret	?	902	Alman ve Slav toprakları
<i>İbnü'l-Fakih el-Hamedânî (869-942)</i>	Fars tarihçi ve coğrafyacı	Muhtasar Kitabü'l-Buldan	10. yüzyıl	Arap yarımadası, Mısır, Mağrib, Suriye, Filistin, Anadolu, Irak, İran, Azerbaycan, Mâverâünnehir, Türkistan ve Yedisu
<i>El-Mes'ûdî (Ebû'l-Hasen Alî b. el-Hüseyn b. Alî el-Mes'ûdî el-Hüzelî) (öl. 956)</i>	Arap tarih ve coğrafya âlimi, seyyah	Mürüccü'z-zeheb et-Tenbih ve'l-işrâf	10. yüzyıl	İspanya dışında zamanının İslam Dünyası, Hindistan vd.
<i>İbn Fadlan (877-960)</i>	Arap din bilgini ve gezgini, Abbasi diplomatı	Risâletü İbn Fadlân fi Vaşî'r-rihle İbn Fadlan Seyahatnamesi	10. yüzyıl	Rey, Nişâbur, Merv, Buhara, Volga boyları
<i>Olga (öl. 969)</i>	Rus (Kiev) Prensesi	Olga's Visit to Constantinople	10. yüzyıl	İstanbul
<i>Kremonalı Liutprando (922-972)</i>	Lombardiyalı tarihçi ve din adamı	Report on Mission to Constantinople (Bizans Notları)	963-968	İstanbul
<i>Ebû Düle'f el-Yenbuî (Mis'ar bin Mühelhil) (öl. 1000)</i>	Arap seyyah ve şair, Samani saray şairi ve kâtibî, diplomat	er-Risâletü'l-ülâ (Rihle ile's-Şin)-Çin'e seyahati er-Risâletü's-şâniye (Rihle fi Vasa'î Âsiyâ)	941-943	Çin, Bakü, Tiflis, Erdebil, Tûs, Nişâbur, Hûzistan ve İsfahan, Tanca vd.
<i>Kızıl Erick (950-1003)</i>	Norveçli kâşif	Saga of the Eric the Red (Kızıl Erik'in Sagası)	950-1003	Grönland
<i>Leif Erickson (970-1020)</i>	Kızıl Erick'in oğlu	Kızıl Erik'in Sagası'ndan	1000	Kuzey Amerika kıyıları-Kanada açıkları-Winland
<i>Harald Hardrade, (III. Harald) (1015-1066)</i>	Norveç Kralı	Saga of Harald Hardrade, (Harald Hardrade'in Sagası)	1015-1066	İstanbul, vs.
<i>Nasîr-ı Hüsev (1004-1073)</i>	Belhli, Gaznelî ve Selçuklu saraylarında görev de alan İsmailî şairi, filozof ve seyyah	Sefername	1045-1052	Nişabur, Tebriz, Hoy, Ahlat, Bitlis, Silvan, Diyarbakır, Harran, Suriye, Filistin, Kutsal Topraklar (Hac), Hac dönüşi Kahire, Irak ve İran üzerinden Belh
<i>Afrikalı Konstantin (Constantinus Africanus) (1010?- 1087)</i>	Tunuslu bir Müslüman iken sonradan Hristiyan olmuş İslam tıbbını Avrupa'ya tanıtan mütercim	The History and Description of Africa and of the Notable Things Therein Contained Description of Timbuktu The History and Description of Africa: Borno	11. yüzyıl	Mısır, Bağdat, Hindistan, Habeşistan, Afrika kıtası
<i>Ebû Ubeyd El-Bekrî (öl. 1094)</i>	Endülüslü coğrafyacı	El-Mesalik ve'l-Memalik el-Mugrib fi Zikri Bilâdi İfrîkiyye ve'l-Magrib	11. yüzyıl	Afrika ve Gana
<i>Daniel (Seyyah Daniel-Hacı Daniel-Kievli Daniel) (1106-1107)</i>	Rus başrahip	Kutsal Topraklarda Rus Başrahip Daniel'in Hac Yolculuğu Sir C.W.Wislon tarafından açıklanmış (Londra, 1895)	12. yüzyıl	Kutsal topraklara yolculuk (İstanbul, Yunanistan ve Kıbrıs üzerinden)
<i>Foucher de Chartres (1059-1128)</i>	Fransız rahip, I. Haçlı seferinde bulundu.	The Chronicle of Fulcher of Chartres	1096 vd.	Birinci Haçlı Seferine katıldı. Anadolu üzerinden Maraş'a geçti. Kutsal topraklarda hizmet etti.

Turizm Tarihi İncelemeleri

Tablo 2. Orta Çağ Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>Yehuda Halevi (1075-1141)</i>	Tudelalı ya da Toledolu Sefarad Yahudisi hekim, şair ve filozof	(İspanya)	El-Kitabü'l-Hazeri (Kuzari)	12. yüzyıl	Hazarlar
<i>Ebû Bekir İbnü'l-Arabî (1076-1148)</i>	Endülüslü fakihlerinin önde gelenlerinden, muhaddis	Mâlîkî	er-Rihle (Tert'übü'r-rihle)	12. yüzyıl	Suriye, Irak, Hicaz ve Mısır
<i>Eudes de Deuil (Odon de Deuil) (1110-1162)</i>	Fransız tarihçi, din adamı, İkinci Haçlı Seferinde bulundu.	(İspanya)	De Profectione Ludovici VII in Orientem (VII. Louis'in Doğu'ya Yolculuğu Üzerine)	1147-1149	İkinci Haçlı Seferinde VII. Louis'in yolculuk yaptığı güzergâh (Fransa'dan Antakya'ya)
<i>İdrîsî (Ebû Abdillâh Muhammed b. Abdillâh b. İdrîs eş-Şerîf es-Sebtî es-Sıkkî) (öl. 1165)</i>	İslam coğrafyacısı, botanikçisi, seyyahı (Septe'de doğdu. Palermo'da öldü. Sicilya Norman krallarına hizmet etti.)	Norman	Nüzhetu'l-müştağ fi'htirâk'l-âfâğ (Kitâbu Rucâr (Roger) ve el-Kitâbü'r-Rucârî)	1154	Dünya coğrafyası, yedi iklim vd.
<i>Tudelalı Benjamin (1130-1173)</i>	Tudelalı Sefarad Yahudisi, gezgin	(İspanya)	The Itinerary of Benjamin of Tudela	1165-1173	Roma, Yunanistan, İstanbul, Kıbrıs, Filistin vd.
<i>İbn Munkiz (Usame İbn Munkiz) (1095-1188)</i>	Munkizoğulları hanedanına mensup bir emir, tarihçi ve önemli bir edip (Suriye'de doğdu) Zengi ve Fatımi hizmetinde bulundu. Haçlı Seferlerine şahit oldu.	Arap	el-Menâzil ve'd-diyâr Aḥbârü'l-büldân	12. yüzyıl	Hasankeyf, Bitlis, Ahlat, Musul, Bağdat, Kudüs, Mısır vd.
<i>İbn Cübeyr (1145-1217)</i>	Endülüslü seyyahı.	Arap	Rihletü İbn Cübeyr veya Rihletü'l-Kinâni	1183	Girnata (Granada)'dan hac maksadıyla Arap Yarımadası, Mısır, Hicaz, Irak ve Suriye
<i>Robert de Clari (1170-1216)</i>	Fransız şövalye		İstanbul'un Zaptı (1204)	1203-1204	İstanbul (Dördüncü Haçlı Seferi)
<i>Regensburglu Petachiah-Ratisbanlu Petachiah</i>	Alman haham		Travels of Rabbi Petachia of Ratisbon	1170-1187	Doğu Avrupa, Kafkaslar, Orta Asya, Polonya, Rusya, Suriye, Anadolu, İran, Ermenistan ve Yunanistan
<i>Yâkût El-Hamevî (Ebû Abdillâh Şihâbüddîn Yâkût b. Abdillâh el-Hamevî el-Bağdâdî er-Rûmî) (öl. 1229)</i>	Rum asıllı Müslüman coğrafyacı, tarihçi, edip ve seyyah		Mu'cemü'l-büldân ve Mu'cemü'l-üdebâ'	13. yüzyıl	Bizanslılar, Türkler, Hazarlar, Bulgarlar, Saklebiller, Ruslar, Zenciler, Çinliler, Haçlılar, Moğollar, çeşitli yer adları vd.
<i>Novgorodlu Anthony (Antoine) (öl. 1232)</i>	Rus ashpiskopos		Description des Lieux-Saints de Constantinople par Antoine, Archevêque de Novgorod	1200	İstanbul (Hac yolculuğu)
<i>Rahip Julian</i>	Macar		On the Tracks of Friar Julian Journeys across Mongolia	1235, 1237	Volga dolayları-Moğol toprakları
<i>Giovanni da Plan del Carpine (1185-1252)</i>	İtalyan diplomat, başpiskopos ve gezgin		The Journey of Friar John of Plano de Carpine (1245-1247)-Moğolistan Seyahatnamesi 13. Yüzyılda Avrupa'dan Asya'ya Yolculuk (1245-1247)	1245-1247	Kuzey, Orta Asya ve Moğol toprakları
<i>William Rubruck (Keşiş Rubrucklu William-Guillaume de Rubruck) (1220-1293)</i>	Flaman asıllı Fransiskan misyoner ve seyyah		The Journey of Friar William of Rubruck (1253-1255)-Moğolların Büyük Hanına Seyahat	1253-1255	Orta Doğu, Orta Asya (Moğol toprakları)
<i>Kazvini (Zekeriyyâ b. Muhammed) (öl. 1283)</i>	İslam coğrafyacısı (Müslümanların Pilius'u)		Âşârü'l-bilâd ve aḥbârü'l-ibâd Acaibu'l-Mahlukat ve Garaibu'l-Mevcûdat, (Tuhaf Yaraticıklar ve Acayip Varlıklar)		Yeryüzü şekilleri, iklim çeşitleri, milletler ve ülkeler, Anadolu'nun birçok şehir ve kasabası ile Orta Asya Türk boyları
<i>Vivaldi Kardeşler</i>	Cenevizli kardeşler	denizci	-	1291	Afrika'yı denizden dolanma projesi (başarısız bir girişim)
<i>Marco Polo (1254-1324)</i>	Batı dünyasına Asya ve Uzak Doğu'yu		Il Millione Travels of Marco Polo (Kendisiiyle birlikte)	1271-1295	Venedik'ten Çin'e

Turizm Tarihi İncelemeleri

Tablo 2. Orta Çağ Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

	tanıtın seyyah.	Venedikli	zindanda kalan	Pisali Rustichello adında bir esir Marco Polo'dan dinlediklerini 1299 kitaplaştırmıştır.)		
<i>Rabban Bar Sauma</i> (1260-1313)	Uygur asıllı din adamı, Han'ın keşişi	Nasturi Kubilay	The Monk of Kublai Khan, Emperor of China; or The History of the Life and Travels of Rabban Sawma, Envoy and Plenipotentiary of the Mongol Khans to the Kings of Europe and Markos who as Yahbh- Allaha III Became Patriarch of the Nestorian Church in Asia	1278-1313	Çin, Hotan, Talas, Tus, Horasan, Maraga, Bağdat, Tebriz, Musul, Ani ve kutsal topraklar	
<i>Nizârî-i Kuhistânî</i> (1247?- 1320)	İrânlı şair.		Sefernâme adlı mesnevi	1279-1281	İsfahan, Tebriz, Gürcistan, Derbend, Errân, Bakü, vd.	
<i>Giovanni da Montecorvino</i> (1247-1328)	İtalyan misyoner, devlet adamı	Fansisken gezgîn, Kubilay	Letter to the Minister General of the Friars Minor in Rome (1280) Report from China (1305)	13-14.yüzyıllar	Hindistan ve Çin'de Latin Katolik misyonerlarda görev aldı. Pekin piskoposluğu yaptı.	
<i>Ebü'l-Fidâ (Ebü'l-Fidâ' el- Melikü'l-Müeyyed</i> <i>İmâdüddîn İsmâil b. Afî b.</i> <i>Mahmûd el-Eyyûbî) (öl.</i> <i>1331)</i>	Eyyûbî mensup ve coğrafyacı	hânedanına melik, tarihçi	Takvîmü'l-Büldân	1321	Kuzey ve güney yarım küre, ekvator, yeryüzünün yedi ana bögesi, yeryüzünün meskûn kısımları, okyanuslar, denizler, göller, nehirler ve dağlar	
<i>Pordenoneli</i> (1286-1331)	İtalyan misyoner	Fransisken	The Travels of Friar Odoric	1318-1330	Hindistan, Çin	
<i>İbn Batuta</i> (1304-1369)	Berberi asıllı Afrikalı (Tanca-Tunus)	Kuzey seyyah	Rihle	1325-1354	Asya, Afrika ve İspanya	
<i>Sir John Mandeville</i> (13 ve 14. yüzyıllar)	Anonim		The Travels of Sir John Mandeville,	1332	Kutsal topraklar, Asya ve Afrika	
<i>Francesco Pegolotti</i> (1290-1347)	Floransalı politikacı	tüccar ve	Book of Descriptions of Countries and of Measures Employed in Business (Italian: Libro di divisamenti di paesi e di misuri di mercanzie e daltre cose bisognevoli di sapere a mercatanti)	1335-1343	Azov-Astarhan, Hive- Otrar-Pekin, Ayas (Kilikya)-Sivas, Erzincan ve Erzurum-Tebriz rotaları	
<i>Giovanni de Marignolli</i> (1290-1360)	Floransalı adamı, görevlisi	Katolik din Papalık	The Travels of John de Marignolli	1339-1353	Hindistan ve Çin	
<i>Philippe de Mézières</i> (1327-1405)	Fransız asıllı yazar	şövalye,	Songe du vieux pelerin	1344-1372	İzmir (Aydınoğulları Beyliği), Kudüs vd.	
<i>Anonim</i>			Guide-book to Palestine. (c. 1350), Translated by. J. H. Barnard. London: Palestine Pilgrims' Text Society, 1894	1350	Kutsal topraklara ilişkin bir rehber kitap	
<i>Novgorodlu d'Étienne</i>	Rus Hacı		Pèlerinage d'Étienne de Novgorod	1348-1349	İstanbul vs. (Hac yolculuğu)	
<i>İbn Kesir (Ebü'l-Fidâ)</i> (1301-1373)	İslam müfessir, ve Şâfiî fakih	tarihçisi, muhaddis	El-Bidâye ve'n-Nihâye	1365-66	İslam tarihi ve coğrafyası, Anadolu	
<i>Peter Sparnau ve Ulrich von Tannstaedt</i>	Alman hacılar		Die Jarusalemfahrt des Peter Sparnau und Ulrich von Tannstaedt	1385-1386	Kudüs ve çevresi (Hac yolculuğu)	
<i>Ignatius, Başpiskopos Pimin, Piskopos Mikhail ve Keşiş Sergei</i>	Rus (Somelnskil)	hacilar	"Pèlerinage d'Ignace de Somolensk	1389-1391	Hac yolculuğu	
<i>Alexander</i>	Rus		Voyage a Constantinople de seribe Alexandre	1393-1397	İstanbul vd.	
<i>Johann Schiltberger</i> (Hans)	Alman seyyah	asker ve	Hans Schiltbergers Reisebuch Türkler ve Tatarlar Arasında	1394-1427	Tuna, Karadeniz, Anadolu, Mısır, Hindistan, Kafkasya, Kırım vd.	
<i>Chen Cheng</i> (1365-1457)	Çinli diplomat, hadım		Travel in the Western Region	1396, 1397, 1414, 1419, 1419	Vietnam, Turfan, Semerkant, Buhara, Herat, vd.	

Tablo 2. Orta Çağ Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

			A Record of the Barbarian Countries in the Western Region."		
<i>Marshal Jean II Le Maingre (Jean II Le Meingre) (1366-1421)</i>	Fransız Şövalye ve Komutan		Le Livre des faits du bon messire Jehan le Maingre, dit Boucicaut, maréchal de France et gouverneur de Jennes	1396-1399	Niğbolu Savaşı'nda bulundu
<i>Guillebert de Lannoy</i>	Flemenk seyyah ve diplomat		Voyages et Ambassades 1399-1450	1399-1450	Baltık, vd..
<i>Grethenius</i>	Rus hacı		Pèlerinage de l'archimandrite Grethenius" In Mme. B. de Khitrowo, Itinéraires Russes en Orien	1400	Hac yolculuğu
<i>Ruy Gonzáles de Clavijo (öl. 1412)</i>	Kastilyalı (İspanya) seyyah, yazar ve Papalık elçisi		Embajada a Tamor Lân Narrative of the Embassy of Ruy Gonzalez de Clavijo to the Court of Timour at Samarcand AD 1403-6	1403-1406	Anadolu ve Orta Asya
<i>Zheng He/Ho Cheng (1371-1433)</i>	Müslüman kökenli hadım Çin Amirali		Batı Okyanuslarının Barbar Krallıkları Üzerine Risale (1434), Galaksi Yolundaki Teknenin Keşfettiği Harikulade Şeyler (1436) Okyanusların Harikaları (1451).	1405-1433	Hint Okyanusu ve Doğu Afrika'da 30'a yakın krallık
<i>Margery Kempe (1373-1438)</i>	İngiliz Hristiyan gizemci		The Book of Margery Kempe	1413-1415	Kutsal yerlere giden yollar
<i>Christoforo Buondelmonti (1385-1430)</i>	Floransalı gezgin ve papaz		Liber Insularum Arcipelagi	1415-1430	Rodos, İstanbul, İstanbul haritası
<i>Ciriaco de Pizzicalli (1391-1453)</i>	Ankonalı (İtalyan) tüccar ve hümanist, arkeologların babası		Cyriac of Ancona: Later Travels	1418-1447	Edirne, İstanbul, Marmara Denizi, Kuzey Ege, Kiklad Adaları, Girit, Sakız Adası, Milet, Midilli, Mora Yarımadası, Epir Ayasofya, Atina Akropolis, Delfi şehri, İzmir
<i>Giyâseddin Muhammed Nakkaş-ı Tebrizi (14-15. yüzyıl)</i>	Timurlu Devleti hükümdarı Şahruh'un 1419-1420'de Çin'e gönderdiği elçilik heyetinde üye		Hıfây Sefâretnâmesi veya 'Acâ'ibü'l-leâ'if.	1419-1420	Çin (Farsça resmî elçi seyahatname)
<i>Zosima</i>	Rus diyakoz (yardımcı keşiş)		Vie & pèlerinage du diacre Zosime"	1419-1422	Hac yolculuğu
<i>John Poloner</i>	Seyyah, hacı ve din adamı		Description of the Holy Land (c. 1421), based on the translation of Aubrey Stewart from the Tobler text. London, 1894.	1421	Kutsal Topraklar ve Mısır
<i>Bertrandon de la Broquière (1400-1459)</i>	Fransız ajan, hacı ve seyyah		The Travels of Bertrandon de la Broquiere, Counsellor & First Esquire-Carver to Philippe le Bon, Duke of Burgundy, to Palestine, and his Return from Jerusalem Overland to France during the Years 1432 & 1433	1432-1433	Kutsal topraklar, Osmanlı sınırları, Anadolu vd.
<i>Pero Tafur (1410-1487)</i>	İspanyol seyyah		Andanças é viajes de Pero Tafur por diversas partes del mundo avidos Travels and Adventures, 1435-1439 Pero Tafur Seyahatnamesi	1435-1439	Kudüs'e hac, Mısır, İstanbul, Edirne; Trabzon, Kefe, Bursa, vd.
<i>Siraceddin İbnü'l-Verdi (öl. 1457)</i>	Müslüman coğrafyacı		Harîdetü'l-'acâ'ib ve ferîdetü'l-'garâ'ib	1450	Coğrafi bölgeler, dağlar, nehirler, bitkiler, hayvanlar, madenler

Turizmin Tarihi Kökenleri – IV

Dilek ACAR

Anadolu Üniversitesi
Eskişehir Meslek Yüksekokulu

GİRİŞ

Tarihte her ne kadar çağların başlangıç ve bitişini temsil eden olaylardan söz edilse de, bu dönemler genellikle uzun süreye yayılan dönüşümle gerçekleşir. Orta Çağ'ın başlaması da birkaç yüzyıl sürdü. İlk defa Rönesans Dönemi tarihçilerinin kullandığı Orta Çağ kavramı, 5 ve 15. yüzyılları arasındaki dönemi ifade eder. Orta Çağ'ın genel görünümüne bakıldığında, Avrupa için büyük çaplı sosyal, politik ve ekonomik dönüşümlerin yaşandığı, İslam medeniyetinin yükselişi, çağın başlarında Çin'in giderek kapalı bir ülke haline gelmesi yer alır. Orta Çağ'ı daha iyi anlayabilmek için, çağın başlangıcını hazırlayan olaylara kısaca bakmak gerekirse; M.S. 3. yüzyıldan itibaren başlayan ve uzun süre devam edecek olan Kuzey Avrupa'dan güneye inen Germen kavimlerinin etkisi önemlidir. Germen akınları Roma İmparatorluğu'nun yönetimini de krize sokacak şekilde zorlamaya başlamıştı. Roma topraklarını istilâ etmeye başlayan Germenler, Hıristiyanlaşarak Romalılar ile kaynaşınca kriz de biraz yatışır. Kavimler Göçü olarak adlandırılan bu hareketler, yüzyıllarca devam ederek, Avrupa ve Akdeniz'de büyük değişikliklere neden olacaktır. Germenler'le gelen kriz, Roma İmparatorluğu başta olmak üzere, Avrupa'da devlet otoritesi boşluğuna neden oldu. Yaklaşık bir yüzyıl süren bu karışıklık, her an savaş ihtimali ve kıtlık Orta Çağ'ın başlangıcındaki zorlu koşulları doğurdu. Bu boşluk ortamı, feodalitenin ortaya çıkması ve kilisenin güçlenmesi (Elam 2015) gibi, Orta Çağ'ın karakteristik özelliklerinin gelişmesini sağladı.

Hıristiyanlık, Avrupa'da giderek yayıldı ve 381 yılında, Roma'nın resmî dini oldu. Kavimler Göçü'nün etkilerine dayanamayan Roma İmparatorluğu önce ikiye ayrıldı (395), daha sonra bu etkilere dayanamayan Batı Roma 476'da yıkıldı.

Bilindiği gibi, her siyasî ve politik dönüşüm kendi düşünce sistemini de beraberinde getirir. Antik Çağ için simgesel önemi de bulunan ve Yunan düşüncesinin temsili kabul edilen Atina Okulu 529 yılında, Bizans (Doğu Roma) İmparatoru I. Justiniano tarafından kapatıldı. Böylece, Antik Çağ'a düşünce anlamında da kesin bir son verilmiş oldu (McNeill 2019). Yaklaşık 13. yüzyıla kadar sürecek olan bu durum, Avrupa için daha kapalı bir dönem olacaktır. Orta Çağ aslında toplumsal ve politik açıdan belli bir tutarlılıkta ilerlese de, birbirinden belli açıdan ayrışan üç dönemde ele alınabilir: Erken Orta Çağ (5.-9. yy.), Asıl Orta Çağ (11.-14. yy.) ve Geç Orta Çağ (15. yy.) (Elam 2015).

Bilinen dünya, Roma döneminde en belirgin halde tasvir edilmiş olan haliyle, Avrupa, Asya ve Kuzey Afrika olarak sınırlanabilecek bir coğrafyayı içermektedir. Seyahati, insan yaşamının bir parçası haline getiren Yunan ve Romalılar'ın ardından, Avrupa'da farklı amaçlara yönelik seyahatler hızla kesilerek, çoğunlukla din odaklı ziyaretlere dönüştü. İslam dünyasında ise 8.-12. yy. arasında, seyyahlar sık sık ama neredeyse sadece ülke sınırları içinde yollara düştüler. Çin'de ise bazı devlet görevlileri ve dinî ziyaretler dışında dikkat çekici seyahat hareketliliğine rastlanmaz.

Orta Çağ'da ne Doğu'da ne de Batı'da sınırları aşan seyahatler çok fazla olmadığından, rahatlıkla belli başlı örnekler sayılabilir. Çok sayıda insanın toplu halde sınırları aşan yolculuk yapması sadece Vikingler'e aittir. Denizci ve maceracı bir topluluk olan ve Vikingler olarak bilinen kadim İskandinavlar, Norveç, İsveç ve Danimarka ve İngiltere kıyılarına saldırırlardı. Norveç Kralı ile sorun yaşayan bazı İskandinavlar 874 yılından itibaren İrlanda'dan çıkarak batıya yol aldılar. İsimsiz bir ada olarak bilinen İzlanda'ya yerleştiler. 10. yüzyılda buradan tekrar batıya gitmek isteyen bir grup Grönland'ı keşfetti ve buraya yerleş-

ti. Yerleştikleri dönemde, Grönland (*Greenland*) adasına bu ismi Vikingler'in verdiği kabul edilir (Aughton 2019). Böylece, Amerika'yı 1492'den önce farkına varmadan keşfederler.

Orta Çağ'da yaşadığı ülkenin sınırlarını aşan üç önemli seyyah Giovanni da Pian del Carpine (1185-1252), Marco Polo (1271-1295) ve İbni Battuta'dır (1304-1368/69). Del Carpine, eldeki kaynaklara göre, Avrupa'dan Doğu'ya giden ilk Avrupalı'dır. Marco Polo önceliği ticaret olan bir niyetle yola çıkarken, İbni Battuta hac yolculuğundan sonra içinde uyanan gezip görme isteğiyle çeyrek asır civarındaki sürelerle uzakları keşfederler. Doğu'da ise Çinli rahipler Fa Hsien (337/40-421/422) ve Hsuan Tsang'ın (596/602-664) uzun yıllar boyunca Hindistan'da Budizm'in merkezine gerçekleştirdikleri seyahatleri önemlidir (Dung 2019).

Orta Çağ'ın turizm tarihi açısından bir diğer önemi, turizmin öncülü olan seyahat (travel) kavramının ortaya çıkmasıdır. Orta Çağ'ın hayli sert koşullarının dile yansımalarının da bir göstergesi olarak seyahat kavramının İngilizce karşılığı olan *travel*, acı çekmek, işkence, sıkıntı çekmek gibi durumlar için kullanılan Latince *travail* sözcüğünden türemiştir. *Travail*, ayrıca bir iş yaparken fiziksel ve zihinsel açıdan yoğun acı çekmeyi ifade etmek için de kullanılıyordu. Bugün çalışma hayatından uzaklaşarak rahatlama düşüncesine karşın, Orta Çağ'da seyahat, çekilecek sıkıntıların ve yapılacak işlerin getireceği sıkıntıları içeren bir kavramdı (Lagassie 2017).

AVRUPA'DA SEYAHATLER

Orta Çağ Hıristiyan dünyasında, o güne kadar benzeri görülmemiş biçimde ruhanî, ekonomik ve politik dönüşümler yaşanmıştır (Lagassie 2017). Romalılar'da oldukça örgütlü hale de gelmiş olan seyahat hareketleri yavaş yavaş sonlanmıştır. 381'de Hıristiyanlığın Roma'nın resmî dini olmasıyla, din amaçlı seyahatler giderek arttı. Bu seyahatler, kutsal kabul edilen yerlere ziyaretleri ve hacı olmayı içeriyordu. Bu seyahat fikri, yaklaşık 1000 yıl boyunca ağırlığını korudu. Avrupa'nın içe kapanmasıyla, Batı'dan Doğu'ya seyahatler yaklaşık 13. yüzyıla kadar neredeyse durdu. 13. yüzyılda, Moğol hükümdarı Cen-

giz Han'ın Asya'da hâkimiyet kurması ve Batıyla ilişkileri geliştirme politikasıyla, Doğu ile Batı arasındaki ilişkiler tekrar başladı. Bu dönemden itibaren, Batı'da, Rönesans'a doğru giden gelişmeler yaşanırken, Doğu'ya yönelik ilgi giderek arttı ve tarih boyunca devam etti. Bu ilginin önemli bir kısmı da Hıristiyan misyonerlerinin seyahatlerinden oluşuyordu. Avrupalılar aslında Doğu'dan tamamen habersiz değildi. Kudüs'e dinî ziyaretler devam etmekteydi, ayrıca Haçlı Seferleri ile Suriye, Filistin ve yakın Batı Asya bölgeleri de bilinmekteydi (Penrose 1963).1096'da başlayan Haçlı seferleri aynı zamanda kutsal bir seyahat biçimiydi.

Marco Polo ve İbni Battuta kadar ünlü olmasa da, Orta Çağ'da önemli bir seyyah olarak kabul edilen ilk kişi Giovanni da Pian del Carpine'dir (1185-1252). Diplomat bir rahip olarak Del Carpine, Moğol Hanlığı'yla görüşmek üzere görevlendirildi. 1245'de Paskalya'dan başlayarak, Kırım, Don, Ural nehirlerinden Sibiry'a kadar gitti. Orta Çağ'da, Doğu topraklarına giden ilk Avrupalı kabul edilen Del Carpine, bu yolculuğu üzerine *Moğolların Tarihi* adlı seyahatnamesini yazdı (Penrose 1963). Yaşadığı dönemden sonra, pek çoklarına ilham veren Marco Polo (1271-1295) ilk önemli gezginlerdendir. Venedikli bir tüccar olan Marco Polo 1275 yılında, babası ve amcasıyla aslında ticari amaçla seyahate başlar. Anadolu, Irak, Ermenistan'dan Pamir yaylası ve Uzakdoğu adaları, Hindistan'ı gezdi ve Moğol başkenti Shangdu'ya ulaştı. Moğol Hanı olan Cengiz Han'ın torunu Kubilay Han'la dost oldu. 1291 veya bazı kaynaklara göre 1295'de, ülkesine dönene kadar Çin'in pek çok yerini gezmiştir. Geri dönüşünden sonra seyahatini *Dünyanın Tasviri* adıyla seyahatname haline getirdi. Marco Polo'nun anlatılarını yazıya geçiren arkadaşının metinleri biraz abartılı dille yazdığı düşünülür. Diğer yandan, Marco Polo'nun, insanların dünya hakkında daha çok bilgi sahibi olması için ülkesine geri döndüğünü belirtmesi dikkat çekicidir. Son olarak, Avrupa'da seyahat eden bir başka kişi de devlet yetkilileridir. Özellikle, kralların gezmesi sık karşılaşılabilen bir olaydır. Örneğin, Fransa Kralı IX. Louis'in (1214-1270) 1000 kişiden fazla bir ekiple sürekli yollarda olduğu bilinir (Löschburg 1998).

Ruhanî Yolculuklar ve Hac

Orta Çağ Avrupa'sındaki dinî seyahatler, bir boş zaman etkinliği değildir. Seyahat, dinî amaçla seyahat edenler için Tanrı'ya hizmeti de içeren önemli bir olaydı. Ayrıca, Orta Çağ Hıristiyan düşüncesine uygun olarak, seyahatin getireceği tehlike ve acıya katlanmak gerekiyordu. Din amaçlı seyahatlerde amaç, kutsal bir görevi yerine getirirken, seyahatin zorluğunu yaşayarak, hatta kendini cezalandırarak, günahları için affedilmek, diğer dünyada karşılığını alma amacı da güdülüyordu (Zuelow 2015). Kutsal merkezlerin başında Kudüs ve Roma vardı. Ayrıca İspanya'da bulunan Santiago de Compostela (bugün St. James Yolu olarak bilinen yolun varış yeridir), İngiltere'de Canterbury Katedrali başlıca dinî ziyaret yerleridir (Löschburg 1998). Hacılar uzun yolları aşarken, yol üstündeki manastırlarda konaklayabiliyordu. Manastırlarda, bu şekilde gelecek olan misafirlerin ağırlanması için gerekli düzenlemeler bulunuyordu.

Hac seyahatleri bugünkü anlamda olmasa da örgütlüydü, bu açıdan modern turizme en benzeyen turizm türünün hac seyahati olduğu söylenebilir. Orta Çağ'ın daha çok 13. yüzyıldan sonraki sürecinde hac organizasyonu yapan acentalar, hac turlarını birkaç haftalık hac ve keşif turu şeklinde düzenliyordu. Kudüs'e gidenlerden bazıları daha sonra Sina Yarımadası ve Mısır'ı da gezebilirdi. Bu durum, hac organizasyonlarına katılan bazı kişilerin, gezip görmek gibi farklı seyahat motivasyonları olduğuna işaret ediyor. (Löschburg 1998). Her ne kadar gemi kazası ya da korsanlık gibi tehlikeleri bulunsu da denizyolu, halâ karayolundan daha güvenli bulunuyordu. Bu nedenle, Avrupa'dan hac merkezi olan Kudüs'e ulaşımında, Akdeniz üzerindeki denizyolu rotaları ile sağlanıyordu (Lagassie 2017).

Günümüze kalan bazı kaynaklar, Orta Çağ'da seyahat edenler için bazı rehber kitapların varlığını göstermektedir. Örneğin, 8. yüzyıl sonu ile 9. yüzyıl başlarında hazırladığı tahmin edilen Einsielden Yol Rehberi en ünlülerinden biridir. Bu rehberde, Roma'ya dinî ziyaret amacıyla gidenlere şehir içinde gidilecek yerlerle ilgili bilgiler veriyordu. Paris Konuşmaları olarak adlandırılan bir başka kaynak, bugünkü Fransa civarına

gelen Almanlarla iletişim kurmak için bir anlamda basit bir turistik sözlük niteliğindedir. Yaklaşık 106 ifadeyi içeren bu sözlük, günün koşulları çerçevesinde iki yabancı'nın temel konuşmalarını göstermesi açısından ilgi çekicidir. (Sözlükte yer alan bazı ifadeler "dinle ahmak!", "yemin ederim beyefendiyi dün/bugün görmedim," "Tanrı sizi korusun!") (Romano 2020).

7. yüzyılda yazılmış *The Georgian Sacramentary* adlı kitapta, seyahate tek ya da çoklu halde gidenler, seyahatten dönenler, denizciler gibi farklı durumlara yönelik çok sayıda duaya rastlanır. Bu kitapta yer alan, yolculuğa çıkanlar için dua şu şekildedir (Romano 2020):

"Duy bizi, ya Rab, kulun [kişi adı]'in, bu hayatın tehlikeleri arasında yol aldığı yolculuğuna, her zaman senin yardımın rehberlik etsin. (Hear us, O Lord, and may the journey of your servant [supply name] always be guided among the dangers of this life with your help)"

Antik Çağ'dan sonraki dönemden, 19. yüzyıla kadar neredeyse tüm toplumlarda seyahat etmenin erkeklere özgü bir durum olması kabul gördüğünden, kadınlar ancak zorunlu durumlarda ve tercihen yalnız olmayacak şekilde seyahat ettiler. Buna karşın, tek başına yola çıkan kadınlara yine her toplumda rastlamak mümkündür. Avrupa'da az sayıdaki kadın gezginlerden biri Egaria'dır. Egaria'nın seyahati, 19. yüzyılda kaleme aldığı ve İtalya'da bulunan kayıtlardan anlaşılmaktadır. Egaria yazdıklarında, yaklaşık olarak 381-384 yıllarında, Kutsal Topraklar'a gerçekleştirdiği hac ziyaretini anlatır. Bu kayıt, aynı zamanda Hıristiyan Avrupa'nın ilk yazılı seyahat anlatılarından kabul edilir. Egaria, yazılarında fiziksel coğrafyadan pek fazla bahsetmez. Egaria, Orta Çağ atmosferine uygun olarak, dinî açıdan önemi olmayan yerlere dikkat etmeye gerek olmadığını da göstermektedir (Tian 2011). Egaria'nın yanı sıra, Orta Çağ'da, önceki gibi maceracı seyyahlara rastlanmasa da bazı istisnalardan söz edilebilir. Örneğin, ilk Hıristiyan seyyahlardan olan Aziz Brendan, 539'da *azizlere vaadedilmiş toprakları* aramak için on altı keşişle yola çıkmıştı. Uzun yolların aşılmasını gerektiren bu yorucu yolculuklarda hastalanıp dönemeyenlerin sayısı da az değildi.

Ağırlama İmkânları

Yaşadığı yerden uzaklaşanlar için gasp veya soygunla karşılaşmak oldukça muhtemeldi. Bu nedenle, daha kıvrak hareket imkânı verdiği için mümkün oldukça atlı seyahat tercih edilirdi. Ancak çoğu yolcu yaya olarak seyahat etmek durumundaydı. Yollardaki yolcular daha çok din görevlileri, keşişler, hacılar, askerî ve siyasî görevliler, bazen de yoksullardı. Tüm bu yolculara konaklama hizmeti sunan başlıca kurumlar şehirlerin dışındaki manastırlardı. Tüm kutsal yerlere, doğal birer ağırlama alanı olarak yaklaşıyordu. Orta Çağ'ın ünlü hanları, evlerin bir parçası olarak ya da bu amaçla inşa edilen özel yapılar şeklindeydi. Hancılık, özel konaklama işletmeciliğinin başlamış olduğunu da gösterir. Bu hanlar tam anlamıyla güvenli ve temiz olmaktan uzaktır. Geceyi geçirecek yeri olmayanların tek çaresi olan hanlar, genellikle bir ahır ve alt katta bir arada bulunan yeme içme ve eğlence mekânı ile üst katta geceleme alanları şeklinde yapılandırılmıştı. Hanlarda özel oda sayısı çok fazla değildir. Odalarda saman yatak ve bazen tuvalet kabından başka bir şey pek yoktu. Yolcular kendi imkânları ile geceleme ortamını düzenlerdi. Bazı hanlarda, orta gelir grubuna hitap edecek daha özenli odalar da vardı. Hancılık, İngiltere'de *inn* adı verilen daha kendine özgü bir biçim almıştı (Mortimer 2010; James, Sandoval-Strausz, Maudlin, Peleggi, Humair ve Berger 2017).

Önemli bir konaklama alanı olarak manastırlarda ziyaretçilerin karşılanması, ağırlanması, temel ihtiyaçlarının sağlanması önemli bir iş hami oluşturuyordu. Ziyaretçiler Tanrı misafiriydi. Ağırlama ve manastırdaki işlemlerin iyi bir şekilde yönetilmesi için 530 yılında Aziz Benedict, manastırda konaklama hizmetiyle ilgili kuralları ilân etti. Aziz Benedict Kuralları (St. Benedict Rules) olarak bilinen bu kurallar genel olarak "*Tanrının evinin akılcı bir şekilde yönetilmesi*"ni tavsiye ediyordu. Morrison ve O'Gorman (2008), Aziz Benedict Kuralları'nı modern konaklama anlayışına göre yorumladıkları çalışmalarında, ilkelere başlıca beş konuda olduğunu saptarlar: *İşletmecilik, misafir, konaklama hizmetinin yerine getirilmesi, insan kaynağının görevlendirilmesi ve yönetim*

ilkeleri. Bu ilkelere bazı örnekler olarak şunlar verilebilir (Morrison ve O'Gorman 2008):

- *Yapılan işin merkezinde misafir vardır,*
- *Çalışanların görevleri açıkça tanımlanmalıdır,*
- *Hizmet sırasında karşılaşılan sorunlardan müşteri sorumlu değildir,*
- *Çalışan, hizmeti onurlu bir şekilde yerine getirmelidir, kölelik yapmamalıdır,*
- *Ağırlama yöneticisi profesyonel ve yetenekli olmalıdır,*
- *Misafir ve çalışanın kullandığı alanlar birbirinden ayrılmalıdır,*
- *Hizmeti sunan ve işletme, misafir tarafından bir bütün olarak görülür,*
- *Misafirin karşılanması, diğer hizmet eylemleri kadar önemlidir.*

Görülebileceği gibi, Aziz Benedict Kuralları, dinî ağırlama kurallarına dayalı olsa da, konaklamada temel hizmetleri ve bunları kimin nasıl yapacağını göstermesi, kurumun yönetim ve organizasyonunun nasıl olacağını ortaya koymaktaydı. Modern konaklama yaklaşımının temellerinin de dayandığı Avrupa'da Aziz Benedict Kuralları, ağırlama kavramına dair ilk yazılı ve sistematik metinlerden olması açısından önemlidir. Henüz 6. yüzyıldayken Benedict'in, ağırlama olgusunu sorgulaması, farkına varmadan önemli bir durumu daha açığa çıkarıyor; insanlığın ortak geleceği anlayışı içinde, ağırlama kavramı, ev sahibi (ağırlayan) ve misafir (ağırlanan) rollerine dair bazı yaygın kabul gören fikirlerin varlığı ve ağırlama olgusunun tarihsel önemini bu ilkelere görmek mümkündür.

Bireyin Keşfi

Orta Çağ'ın sonlarına doğru, bu çağı yavaş yavaş Rönesans ve Yeni Çağ'a taşıyacak olan gelişmeler başlamıştır. Kiliseye olan inancın sarsılmaya başlaması bu gelişmelerden biridir. Kitab-ı Mukaddes'in Tekvin bölümündeki anlatılara dayanarak, dünyanın belli bir yaşı olduğu düşünülmüyordu. 1000 yıllarında dünyanın artık pek fazla süresinin kalmadığı ve yakında son bulacağı tahmin ediliyordu. Birkaç yüzyıl içinde beklenen son ortaya çıkmamıştı. 13. yüzyıldan sonra,

Avrupa'da din ve siyaset birliği ayrılmaya başlamış ve Kilise'nin eğitim anlayışının yerini, bilimsel eğitim almaya başlamıştır. Ancak Kilise hemen zayıflamayacak, etkisini en az 18. yüzyıla kadar sürdürecektir. Yaklaşık 1000 yıldır uyuyan Avrupa'yı 13. yüzyıldan sonra sarsan bir başka olay da Veba salgınlarıdır. Salgınlar, 14. yüzyılda Avrupa nüfusunun yarıya yakın azalmasına neden oldu. Bu durum, Kilise temelli inancın sorgulanmaya başlanması kadar, kalan insanların değer ve özgüven kazanmasını sağladı, özellikle tarım, zanaat gibi üretim alanlarında çalışan insanlar geçmişe oranla daha değerli hale geldi. Ticaretin gelişmesi ve burjuva sınıfının doğmaya başlaması da bu döneme rastlar (Watson 2017).

Düşünce dünyasındaki gelişmeler aslında dünyaya ve yaşama yeniden dönüşü ve bunlardan keyif almayı, güzel ve iyi olana ulaşmayı, akılcı olmayı ve bireyselliği güçlendiren düşüncelerin yerleşmesini sağlıyordu. Bireyselliğin ve hümanizmin yükselişi, henüz daha çok toplumun üst tabakasında karşılığını bulsa da, Avrupalıların bu amaçlara ulaşmak için tekrar yollara çıkmasının önünü açtı. Avrupa'nın kapalı havası 12. yüzyıldan itibaren, yavaşça değişmeye başlamıştı. Bu dönemde ayrıca Avrupa'da ortak bir kültür ve düşünce birliği de büyük oranda sağlandı. Avrupalılar yavaş yavaş acı çekmek üzere geldiklerini düşündükleri dünyaya, yeniden dönmeye ve etraflarına *bakmaya* ve duygularını dile getirmeye başladılar.

Düşüncedeki değişimin ilk örnekleri edebiyatta ortaya çıkar. Bunların başındaki isimlerden biri Francesco Petrarca'dır (1304 – 1374). Petrarca, Fransa'da bulunan Ventoux Dağı'na çıkar ve manzaranın güzelliğinden bir hayli etkilenir. Orta Çağ'da hiç rastlanmayan biçimde, insanın özel duygularını, doğanın güzelliğinden nasıl etkilendiğini anlatır. Petrarca, Antik Çağ uygarlığına oranla bir gerileme yaşandığını ilk tespit eden kişi olarak bilinir (Watson 2017). Petrarca'nın basit gibi görünen bu anlatısı, insanın kendine ve doğaya bakmasını teşvik etmesi açısından önemlidir. Orta Çağ'ın ardından, Avrupalı yeniden dünyaya, kendine ve doğaya dönmektedir. Duygularından ve dünyanın güzelliklerinden kaçınmak yerine, bunların keyfine varmaya başla-

maktadır. İnsanın doğaya bakışının ile Urry'nin (2009) turist bakışı arasındaki ilişki rahatlıkla görülebilir. Urry'e göre, turizmin özünde bakış vardır; "*Turist bakışı kır ve kent manzaralarına yöneliktir, buralara uzun uzun bakılır çünkü alışageldik olanın dışında olduğu düşünülür.*" Bugün turizm, özünde bakıştan çok deneyimin olduğu bir anlayışa evrilmekte olsa da, seyahat motivasyonlarından biri olarak bakış, yüzlerce yıl boyunca etkisini sürdürecektir. Doğu'da ise Avrupa'nın aksine, dünyaya bakma ve seyahat ilişkisinin az sayıda örneklerle de olsa daha eskiden beri var olduğu görülür.

Düşüncece bir başka etkileyici isim olan Giovanni Boccaccio (1313-1375), içinde bulunduğu çağın genel eğilimlerinin aksine, Decameron adlı kitapta yer alan öykülerinde rahipler, krallar, soyluları mizahî bir dille ele alır, müstehcen olaylar anlatır. Petrarca ve Boccaccio, insanı kutsal bilgi karşısında çaresiz bırakan Orta Çağ düşüncesine karşın, insanı, bedeni, düşünce ve duygularıyla ele alarak, dünya yaşamını, güzel olanı hedefleyen hümanizm düşüncesinin öncüleri arasında kabul edilirler.

Avrupa yollarında sürekli gezen başka bir grup daha vardı ki bunlar arasında şarkıcılar, çıraklıklarını tamamlayıp ustalık tecrübesi edinmek isteyenler, sihirbazlar ve cambazlar gibi sirk göstericileri yer alıyordu. Fransa'da gezgin öğrenci-şairler küçük bir ücrete karşılık şarkı söylüyorlardı. Görülüyor ki artık macera arayışıyla yolculuğa çıkmak anlayışı yaygınlaşıyordu. (Löschburg 1998). Genel olarak gezip görme ve doğanın güzelliklerini keşfetme amaçlı seyahatler yaklaşık 14. yüzyıldan sonra başlar. Okur-yazarlığa ve kültüre ilginin artmasıyla bu ilgi seyahat ile bir araya gelmeye başlayacaktır. Bu durum, seyahat edebiyatında da kendini gösterir. Seyahat yazıları yavaş yavaş bir günce olmaktan çıkarak, fizikî çevre ve sosyal yaşamın daha çok yer aldığı metinlere dönüşür. Bunun ötesinde, doğrudan etkileyici edebî metin üretebilmek amacıyla seyahat etme eğilimi de başlar (Lagassie 1998).

ASYA'DA SEYAHATLER

Orta Çağ'da, Asya'daki önemli gelişmelerden biri İslam'ın yükselişidir. Çin'de ise düşünce ve

teknolojide en gelişmiş dönem yaşanmaktadır. Çin, Antik Çağ'dan beri özellikle gemi yapımı ve denizcilikle ilgili pek çok buluşta oldukça başarılıydı. Öyle ki Çin gemileri, Amerika'ya giden Kolomb'un gemisinden çok daha donanımlı ve büyüktü. Ancak, Avrupa'da olduğu gibi, bireysel girişim kültürü gelişmemişti ve daha kapalı bir toplumsal yapı hâkimdi. Bu durumun, Avrupa'nın yapacağı sıçrayışları Doğu'nun yap(a)masının başlıca nedeni olduğu söylenebilir (Watson 2017). Asya'da seyahat hareketliliği en fazla İslam toplumunun gelişme döneminde görülür. Doğu'da, Çin'de ise bazı dikkate değer seyahatlerden söz edilebilir.

Doğu'daki gelişmelerden günümüze kalan en önemli olay, dünyanın en eski oteli kabul edilen işletmedir. Japonya'nın Yamanashi şehrinde bulunan *Nishiyama Onsen Keiunkan* adlı konaklama işletmesi, Guinness Dünya Rekorları kayıtlarına da giren bir kaplıca otelidir. 705 yılında kurulmuştur ve bugün aynı ailenin 52. kuşağı tarafından işletilmektedir (<https://www.keiunkan.co.jp/en/>).

Orta Çağ, ayrıca Türkler'in Anadolu'yu yurt edinmeye başladığı dönemdir. Ancak Anadolu sık sık mücadelelerin yaşandığı bir bölge olduğundan, birliğin sağlanması da kolay olmamıştır. Uzakdoğu'ya ve Orta Asya'ya giden elverişli yolları bulunsa da, Anadolu'da yaşanan Bizanslılar ile Sasaniler arasındaki mücadeleler, İslam-Bizans Savaşları, Türk akınları, Selçuklu-Bizans mücadeleleri ve Haçlı Seferleri bu yolların uzun yıllar boyunca kullanılmamasına neden olmuştur. I. Alâeddin Keykubâd (1220-1237) döneminde Anadolu en parlak dönemini yaşar. Selçuklularda ticaret de gelişmeye başlarken hem iç hem de dış ticarete önem verilir. Kervanların sayısı da artar ve seyahat edenlerin ağırlanması için büyük kervansaraylar inşa edilir. Ticarî canlılık için bugünkü anlamda fuarlar da başlatılmış ve bunlara Yabanlu Pazarı adı verilmiştir. Konya, Sivas, Kayseri ve Alanya önemli Selçuklu şehirleridir. 12. Yüzyılın sonlarından itibaren Anadolu'da siyasî birlik sağlanır. Ancak Selçuklular 1243 yılında Kösedâğ Savaşı ile Moğollar'a karşı yenilgiye uğrar (Hanılçe 2020).

İslam Dünyasında Seyahat

Hız. Muhammed öldüğünde (632) İslam, Arap yarımadası ile sınırlıydı, ancak kendisinin dile getirdiği üzere, bu inancın sınırlarının genişletilmesi amaçlanmıştı. İslam topluluğu, Hz. Muhammed'in ölümünün ardından Dört Halife, Emevî ve Abbasi Halifelikleri süresince gelişimini sürdürdü. Araplar açısından bu şekilde genişlemek, yeni bir düşünceydi ve bir yüzyıl içinde Arabistan, Irak, İran, Hindistan'ın batısı, Kuzey Afrika, İspanya ve Bizans sınırlarına kadar ulaşan en geniş sınırlara ulaştı. Coğrafi sınırları bu denli genişlese de asıl hareketlilik Arap Yarımadası ve Bağdat merkezli bir bölgedeydi. İslam'ın ikinci yüzyılında, Mekke, Medine, Şam ve Irak'ta yer alan Basra ve Kufe'de kurulan ilk medreseler en çok seyahat edilen yerlerdi. Bugünkü anlamda seyyahların sayısı henüz fazla değildi (Touati 2015).

Bağdat, tek başına tüm dünya ile rekabet edecek zenginliğe ve bilgiye ulaşmasıyla dünyanın en önemli şehirlerinden biri haline geldi. Tacirler, bilginler, düşünürler, hatta imkânı olan herkes Bağdat'a gelmeye çalışıyordu. Şehrin konumu, Avrupa, Hindistan, Afrika, Çin, ancak en önemlisi Yunanistan ve mirası Helenistik kültürün rahat ulaşabileceği bir noktadaydı. İran'ın Cündişapur kenti çok farklı milletlerden, özellikle Avrupa'dan kaçanların geldiği bilim insanlarıyla doluydu. Cündişapur'un 7. yüzyılda Arap hakimiyetine girmesinin ardından, yabancı dillerdeki, özellikle Antik Çağ'ın önemli eserlerinin Arapça'ya çeviri faaliyeti başladı. 833'te kurulan Beytü'l Hikme (Bilgelik Evi) en önemli bilgi merkeziydi (Watson 2017). İslam dünyasında böylece, 8. ile 12. yüzyılın başlarına kadar yaklaşık 400 yıl sürecek olan gelişme dönemi yaşandı.

İslam inancını benimseyenler için seyahat hayatın bir sınavydı. Yunan uygarlığında da örneği çokça görüldüğü gibi, Müslüman bilginler için de seyahatin başlıca amacı bilgiye ulaşmaktır. Ancak burada temel bir farklılık vardır. Yunan dünyasında seyahat, öteki olanla veya atalar ile karşılaşmayı amaçlarken, Müslümanlar'ın seyahat düşüncesinde böyle bir amaç yoktur. Yine Yunanlılar'dan farklı olarak, dünyanın sınırlarına ulaşma düşüncesi de yoktur. Müslüman gez-

ginler, daha çok ilim arayışı diye özetlenebilecek bir amaçla yollara koyuldular. Aradıkları bilgi “yok olma tehlikesine karşın ilmi kurtarmak” şeklinde özetlenebilecek bir amaca dayalıdır. Merak duygusundan ziyade, belli bir ilmi aradılar (Romano 2020). Bu düşünce, seyyahlarda adeta bir tutkuya dönüşmüştü. Öyle ki, seyyahlar vardıkları yerde hemen bir sonraki yeri düşünmeye başlıyor, dünyadan ve yakınlarından kopma derecesinde seyahatlerini ve bilgi arayışlarını sürdürüyorlardı. Seyahat bu coğrafyada da çetin bir süreç ve erkek işiydi. Her ne kadar başlıca motivasyonları bilgi arayışı olsa da, Müslümanların seyahatleri neredeyse tamamen İslam coğrafyası içindedir. Sınır dışına daha çok siyasî görevliler ve çok az sayıda seyyah çıkmıştır (Touati 2015).

İslam dünyasında konaklama imkânları açısından bakıldığında, ribât ile karşılaşılır. Ribatlar, sınır boylarında ve stratejik yerlerde ordu birliğiyle binek hayvanlarının konakladığı, aynı zamanda ileri harekâtlar için kullanılan askerî amaçlı yapılar-
dır. Eldeki bilgilere göre, ilk ribat, Hz. Ömer’in halifeliği döneminde yaptırılmıştır. Diğer yandan, tarihi bilinen ribatların en eskisi, 795 yılında Tunus sahilindeki bir manastırda yaptırılmıştır. Ticaret yolu üzerindeki ribatların genişletilmesi ve kalabalık kervanların çok çeşitli ihtiyaçlarını karşılayacak yapıda ve hizmetlerle donatılmasıyla kervansaraylar geliştirilmiştir (Hanılçe, 2020). Kervansaraylar daha çok bir Türk devleti haline gelmekte olan Anadolu ve Orta Asya’da inşa edilmiştir.

Rihle

İslam düşüncesinde, bilgi arayışı içinde olmak ve bunun için yola düşmek *rihle* kavramı ile ifade edilir. Rihlenin amacı, yola çıkan seyyahların önemli bilginlerden ilim öğrenmesidir. Burada ki arayışın büyük bölümünü hadis öğrenmek oluşturuyordu. İslam toplumunda, düşünürler ve bilimle uğraşanlar arasında özellikle Sufiler seyahate oldukça düşküdü. Seyahatteki sıkıntılar, diğer sıkıntılar gibi, insan için bir dönüşüm anlamına geliyordu. İslam âlimlerinin, hemen hemen hepsi seyahate önem verse de seyahati doğrudan bilgi ve deneyimlerini geliştirmek için bir yöntem olarak görenler Sufiler’di. Sufilerin

seyahate olan tutkuları, “bilimsel kurumların işleyişi için seyahatin zorunlu olduğu” düşüncesine kadar gitmiştir. “Hiçbir şey gözlemlenen bir olgunun yerini tutmaz” inancı ile Sufiler, coğrafyalarını ruhanî bir şekilde arşınladılar. Sufilere göre, belli bir yere (destinasyona) yapılan yolculuğu ifade eden rihle, özünde sınırlayıcıdır. Onlar için kendini keşfetme veya arama arayışı çok önemlidir. Bu nedenle Sufiler, daha serbest bir gezinti ifade eden *siyâhat* kavramını benimsediler. Ancak Sufiler de diğer Müslümanlar gibi İslâm coğrafyası dışına çıkmadılar (Touati 2015). Seyahat kavramının Türkçe’ye de bu kökenden aktarıldığı görülmektedir.

Rihle seyahatleri ile elde edilen bilgiler sözlü gelenekle korunmaktaydı, çünkü amaç aktarmaktan çok dinlemektir. Bu nedenle, Müslümanlar’da seyahat edebiyatına 9. yüzyıldan önce pek fazla rastlanmaz. Seyahatlerin metine aktarılması, bu seyahatlerden yaklaşık bir yüzyıl sonra başladı ve bu şekilde çok sayıda seyahatname yazıldı. Diğer yandan İslâmiyet’in yayılmasının ardından, Avrupa kadar yoğun olmasa da dünyanın farklı bölgelerinden deniz veya karayolu ile Mekke’ye yönelik hac seyahatleri artmaya başladı.

Müslüman Seyyahlar

İslam toplumunda sürekli gezenler sadece din amacıyla gezen seyyahlar değildi, bilginler, şairler, müzisyenler, astrologlar, rakkaslar da sık sık geziyordu. Bilindiği gibi, İslam’ın yükseliş döneminde Müslüman bilginlerin bilime önemli katkıları olmuştur. Bağdat, dünyanın en önemli bilim ve kültür şehirlerinden biri olduğundan, Orta Asyalı pek çok bilgin için Arapça öğrenmek ve Bağdat’a gelmek kaçınılmazdı. Daha sonra Avrupa’da da çokça görüleceği üzere, seyyah âlimlerin sayısı hızla arttı. İslam coğrafyasında sık gezen seyyah âlimler arasında şu kişiler sayılabilir; filozof olarak tanınan Kindî, matematik ve coğrafyacı Harezmi (780-850), tıp bilgini el Razi (865-925), çok yönlü bir bilgin olan Farabi (yaklaşık 870-950) ve bir Orta Çağ araştırmacısı olan Bathlı Adelard (yaklaşık 1080-1152) (Starr 2020).

İslam toplumunun önemli seyyahları arasında diplomat olan İbni Fadlan (879-960)’ın seyahati ve seyahatnamesi önemlidir. İbni Fadlan, Abbasi

Halifeliğince görevli olarak Bağdat'tan 921 yılında yola çıkarak, Bulgar hanlığına bağlı Buhara ve Harizm şehirlerine ulaşmış ve bir yıl sonra dönmüştür. Tarihte en uzun süreyle seyahat eden ve bu seyahatlerini *Seyahatname* olarak kayıt altına alan bir isim olarak Ebû Hâmid Muhammed el-Gırnâtî'yi (1080/81-1169) de anmak gerekir. Endülüslü bir Arap olan el-Gırnâtî, tüm yaşamı boyunca, yaklaşık 55 yıl seyahatlerine devam etmiştir. 1114'de İspanya'nın Gırnata şehrinden yola çıkarak Kuzey Afrika, Arap Yarımadası, İran, Kafkasya, Karadeniz'in kuzeyindeki topraklar ve Doğu Avrupa'yı gezdi. Seyahatlerini yolculuk sırasında değil, yaşlılık döneminde yazdı. Seyahatnamesi, sanat ve kültür tarihi, Kuzey Karadeniz Türkleri, denizler, deniz ve kara hayvanları açısından önemli bir eser olarak kabul edilir (Sabuncu 2011).

Yukarıda bahsedildiği gibi, Müslümanlar arasında çok sayıda seyyah mevcut olsa da önemi daha geç fark edilen İbni Battuta'nın (1304-1368/69) tarihte ayrı bir yeri vardır. Saygın bir Berberî ailesinin üyesi olan İbn-i Battuta, 1325 yılında, 21 yaşında çıktığı hac yolculuğu sonrasında, bilinen dünyayı gezme görme isteği duyarak, yaklaşık 29 yıl boyunca seyahat etti. 14. yüzyıl dünyasında Kuzey ve Doğu Afrika, Anadolu, Kafkasya, Arap Yarımadası, Orta Asya, Hindistan ve Çin'i kapsayan yolculuklarına devam etti. Ziyaretlerinin ağırlıklı kısmını Müslüman toprakları oluşturdu. 120 bin km yolu yürüyerek gezerken, kırktan fazla hükümdarla tanıştı, elçilik ve kadılık görevleri yaptı. Bu açıdan Marco Polo'dan yaklaşık üç kat daha fazla gezdiği görülmektedir. Bir entelektüel olarak kabul edilen İbni Battuta'nın, seyahatlerini tamamladıktan sonra yazdırdığı seyahatname, sosyal yaşamdan yediği yemeklere kadar verdiği detaylarıyla, 14. yüzyıla dair önemli kaynaklardan kabul edilir (Dunn 2005).

Çin'de Seyahat

Çin tarih boyunca Batı'dan fiziksel olduğu kadar psikolojik açıdan da uzak kalmaya devam etti. Çin'in kapalı bir toplum oluşu yaklaşık olarak Orta Çağ'ın başlarından 19. yüzyıla kadar sürdü. Bilindiği gibi, Çin'deki bazı gelişmelerin Avrupa'da önemli etkileri oldu ve bu etkiler İpek Yolu aracılığı ile taşındı. 13. yüzyıldan itibaren

Moğolların güçlenmesiyle birlikte İpek Yolu'nun daha güvenli hale gelmesi de sağlandı ve söz konusu bilgi ve teknoloji hareketliliği ağırlıklı olarak Doğu'dan Batı'ya olacak şekilde giderek arttı. Çin, Avrupa'dan çok daha önce pusula, saat, barut, kâğıt gibi önemli icatları gerçekleştirdi (Watson 2017). Denizcilik ve gemi yapımında da Avrupa'dan çok daha önce uzmanlaşmıştı ve yakın coğrafyada güvenli deniz yolculukları yapılabiliyordu. Çin bu gelişmelerden yayılmacı bir politika izleyecek biçimde yararlanmıyordu, ticaret dışındaki seyahatleri Avrupa kadar fazla değildi. Bunun nedeni, din ve kültürlerinden gelen daha mesafeli, çatışmadan kaçınan ve kendine yeterli şekilde özetlenebilecek yaşam anlayışlarına bağlanabilir (Tenison 2006). Çin'deki gelişmelerin Avrupa'ya taşınarak, büyük dönüşümlere neden olduğu bir başka konu da günümüzde yaşanana benzer biçimde salgın hastalıklardır. Avrupa'yı dönüştürücü etkisi olan Veba salgını 14. yüzyılda önce Çin'de ortaya çıkmış ve Avrupa'ya yayılmıştır.

Çin toplumunda seyahat etme düşüncesi yok denecek kadar azdır. Toplumsal kültürün yanı sıra, ülke dışına çıkışın sıkı kontrol altında olması da bu durumun bir nedenidir. Çin'de devlet görevlilerinin seyahatleri dışında, sayıları çok fazla olmayan bir diğer seyahat eden grup dinî amaçlı gezenlerdir. Bu amaçla, belirli güzergâhlarda ve sınırlarda konaklama alanları inşa edilmiştir. Marco Polo'nun aktardığına göre buralar oldukça temiz ve düzenlidir.

Çin'de, daha sonraki kuşaklarca eserlerinin ilgi görmesi açısından iki seyyahın söz edilebilir. Budist rahipler olan Fa Hsien (bazı kaynaklarda Faxian) (337/40-421/422) ve Hsuan Tsang (bazı kaynaklarda Xuanzang) (596/602-664)'dır. Her iki rahip de 15-16 yıl süren seyahatlerinde, Hindistan'daki özgün Budizm metinlerine ulaşmayı amaçladılar. Fa Hsien eserine Budist Krallığı'nın Kayıdı adını verirken, Hsuan Tsang Batı Bölgelerinin Kayıdı adını verir. Her iki seyahatname de önemli tarihi kaynaklar olarak kabul edilir (Löschburg 1998; Dung 2019).

Din amaçlı seyahat edenler sadece erkekler değildi, 517'de rahip Boachang, kayıtlarına göre Budist kadın rahibeler Çin coğrafyası içinde seyahat ediyorlardı. 4. ve 5. yüzyıllardaki Çinli seyahat

yazınlarında doğa ve manzara güzelliklerinden söz edildiği görülür. Bir başka Çinli önemli gezgin, 5. yüzyılda önemli bir aristokrat olarak bilinen Xie Lingyun'dur. Xie Lingyun din amacı olmayan, daha çok gezip görme amacıyla gezmiş az sayıda kişiden biridir. Antik Çağ'da karşılaşılan "bir yeri gezip görme" düşüncesi ne Doğu'da ne Batı'da uzun yüzyıllar boyunca önemli bir arayış olmadı. Xie Lingyun ise eşine rastlanmayacak şekilde zorlu dağlara tırmanmış, dağları, doğanın güzelliklerini şiir diliyle kaleme alarak Çin'de uzun yüzyıllar anlatılarıyla etkili olmuştur. Xie Lingyun'un anlatıları, modern turizme özgü bir fenomen olarak seyahatin keyif amacı taşıması ve anlatılarda buna yer verilmesi açısından dikkat çekicidir (Tian 2021).

SONUÇ YERİNE

Orta Çağ ve turizm dendiğinde, din amaçlı seyahatler dışında pek fazla gelişme olmadığına dair genel bir görüşe rastlansa da tarihî kaynaklar incelendikçe, çeşitli önemli gelişmelerin varlığı görülmektedir. Orta Çağ'da, Antik Çağ'dan farklı olarak, ruhanî veya günümüzde devam eden mistik seyahatlere dair açık bir tutkunun varlığı gözlemlenmektedir. Kendini aramak için seyahat etmek düşüncesi, ülke coğrafyalarının dışına çıkmasalar da düşünce olarak Sufilerde ortaya çıkar. Hıristiyanlık ve İslam geleneklerinde seyahat, inancın bir parçası olarak uygulanmıştır. Günümüzün turizmin bireysel dönüşüm etkisi ve bireysel dönüşüm için seyahate çıkma düşüncesinin, Orta Çağ'da ne denli yaygın ve güçlü biçimde uygulandığı görülmektedir.

İnsanoğlunun eski çağlardan beri hiç geçmeyen merak ve gezip görme isteği Orta Çağ'da en aza inmiştir. Bunu sağlayan faktör Avrupa'da inanç, Çin'de gelenek şeklinde kendini gösteren bir toplumsallığın etkisi olmuştur. Orta Çağ'da başlıca Avrupa, İslam dünyası ve Çin'de karşılaşılan seyahatler, bölgelerin kendi psikolojik coğrafyaları içinde devam etmiş, bazı örnekler dışında sınırlar çok fazla aşılmamıştır. Seyahatin önemli bileşeni olarak konaklama imkânlarının sağlanmasında daha çok devlet ya da kilise gibi kurumların görev aldığı görülürken, çağın sonlarına doğru Avrupa'da basit hancılığa dayalı özel işletme-

cilik de başlamıştır. Orta Çağ ayrıca, Avrupa'da Keşifler Çağı ve Rönesans düşüncesinin temellerinin atıldığı gelişmelerin yaşanması açısından önemlidir.

Orta Çağ'ın özellikle sonlarındaki dönemde, Avrupa'da inançta yavaş yavaş başlayan dönüşüm, Veba salgınları, yeni bir insan fikrinin ortaya çıkması gibi gelişmelerle yeni seyahat anlayışının ortaya çıkmakta olduğu görülür. Gelecekte modern turizme doğru giderek önem kazanacak olan bilgi ve kültür arayışı, güzel manzara ve doğaya bakma ve buna yönelik arayışların getireceği merak duygusu Avrupa'da yeniden uyanmaya başlar. Ancak bu uyanış henüz daha çok toplumun üst tabakasındadır. İslam dünyası ve Çin'de ise düşünce anlamında önemli bir kısıt bulunmamasına karşın, gezip görme ve doğaya bakış anlamında çok fazla örneğe rastlanmaz. Genel olarak bakıldığında, Orta Çağ'da seyahatlerin çoğunlukla, pratik nedenlere dayalı olarak ve belirli bir varış yerine ulaşmak amacıyla gerçekleştirildiği söylenebilir.

Orta Çağ'da sayıları çok fazla olmasa da, tarih boyunca ilgi uyandırmış ve tarihçiler tarafından da büyük önem atfedilen seyyahlara rastlanır. Ancak toplumsal düşünce yapısındaki farklılıklara bağlı olabilecek bir nedenle, maceracı seyyah kimliğiyle Marco Polo, yakın tarihe kadar öne çıkan sembolik bir isim oldu. Etkileyici bir eser bırakan veya maceraları dilden dile aktarılan seyyahların sayısı az olsa da sonraki nesiller için seyahat düşüncesini harekete geçirecek etkiyi yaratabilmişlerdir.

KAYNAKÇA

- Aughton, P. (2019). *Dünyanın Çehresini Değiştiren Seyahatler*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Dung, N.T.P. (2019). The First Chinese Pilgrim Monk Went to India and Comparison with the Travelling of Hsuan Tsang, *International Journal of Science and Research*, 8 (6): 2088-2092.
- Dunn, R. E. (2005). International Migrations of Literate Muslims in the Later Middle Period: The Case of Ibni Battuta. İçinde; I. A. Netton (Editör) *Golden Roads* (ss. 62-71). Surrey: Curzon Press.
- Elam, N. (2015). Orta Çağ Avrupa Tarihi ve Uygurluğu (5. – 15. Yüzyıl). İçinde; T. Sivas (Editör) *Uygurluk Tarihi* (ss. 200-227). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Haniççe, M. (2020). Selçuklular ve Osmanlılar'da Turizm. İçinde; N. Kozak ve D. Acar (Ed.) *Turizm Tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- James, K.K., Sandoval-Strausz, A. K., Maudlin, D., Peleggi, M., Humair, C. ve Berger, M. B. (2017) The Hotel in History: Evolving Perspectives, *Journal of Tourism History*, 9 (1): 92-111.
- Lagassie, S. A. (2017). *The Medieval Invention of Travel*. Chicago: Chicago University Press.
- Löschburg, W. (1998). *Seyahatin Kültür Tarihi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- McNeill, W. H. (2019). *Dünya Tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Morrison, A. ve O'Gorman, K. (2008). Hospitality Studies And Hospitality Management: A Symbiotic Relationship, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 214–221.
- Mortimer, I. (2010). *The Time Traveler's Guide to Medieval England*. New York: Simon&Schuster.
- Penrose, B. (1963). *Travel and Discovery in the Renaissance*. Londra: Oxford University Press.
- Romano, J. F. (2020). *Medieval Travel and Travelers: A Reading*. Toronto: University of Toronto Press.
- Sabuncu, F. (2011). *Ebu Hamid Muhammed el-Girnâti'nin Seyahatnamesi*. İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Starr, S. F. (2020). *Kayıp Aydınlanma*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Tenison, R. H. (2006). *Tarihteki Yetmiş Büyük Yolculuk*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Tian, X. (2011). *Visionary Journeys Travel Writings from Early Medieval and Nineteenth-Century China*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.
- Touati, H. (2015). *Ortaçağ'da İslam ve Seyahat*. İstanbul: Yapı Kredi Yayıncılık.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*. Ankara: Bilge Su Yay.
- Watson, P. (2017). *Ateşten Freud'a*. İstanbul: Yapı Kredi Yayıncılık.
- Zuelow, E. (2015). *A History of Modern Tourism*. NY.: Palgrave.

İnternet Kaynakçası

Nishiyama Onsen Keiunkan <https://www.keiunkan.co.jp/en/>.
Erişim tarihi: 21.09.2021.

Dilek ACAR, Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampusu Eskişehir Meslek Yüksekokulu, 26470, Eskişehir

ORCID: 0000-0002-2683-6004

E-posta: dacar1@anadolu.edu.tr

Proje Başlığı: Konaklama İşletmelerinde Endüstri 4.0 Uygulamalarının Önem/Performans Analizi: Amerika’da Bir Araştırma

Proje Yürütücüsü: Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu

Proje Araştırmacıları: Doç. Dr. Seden Doğan & Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu

Destekleyen Kurum: TÜBİTAK

Proje Koordinatörü: Doç. Dr. Seden Doğan

Proje Ortakları: TÜBİTAK, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, University of South Florida

Başlama ve Bitiş: 15 Ekim 2019 - 31 Ağustos 2020

PROJENİN AMACI: Amerika’da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde Endüstri 4.0 teknolojilerinden hangilerinin kullanıldığını, hangi teknolojilerin müşterilerin konaklama işletmesi tercihinde önemli olduğunu ve bu teknolojilerin önem/performans ilişkisinin ne düzeyde olduğunu belirlemektir.

PROJE AYRINTILARI: Proje kapsamında önce görüşme tekniği kullanılarak ve açık uçlu sorular içeren kısa bir soru formu çevrimiçi ortamda paylaşarak nitel veriler elde edilmiştir. Akademik ve endüstriyel makaleler incelenerek konaklama işletmelerinde kullanılmaya başlanan Endüstri 4.0 teknolojileri tespit edilmiştir. Bahsi geçen kay-

naklardan elde edilen bilgiler ışığında hazırlanan anket, COVID-19 pandemisi nedeniyle yüz yüze değil çevrimiçi olarak paylaşılmıştır. Elde edilen verilere önem/performans analizi uygulanmıştır.

PROJENİN SOSYAL YARARI: Proje kapsamında elde edilen bilgi ve verilerin, tüketicilerin söz konusu teknolojilere ne düzeyde önem verdiği, konaklama işletmelerinde bu teknolojilerin ne düzeyde kullanıldığı ve misafirlerin bu teknolojilerin performansını nasıl bulduğu konularında konaklama işletmesi yöneticilerine ışık tutması; hangi teknolojilerin öncelikli olarak entegre edilmesi ve hangi teknolojilere öncelikli olarak yatırım yapılması konusunda da işletmeci ve yatırımcılara fikir vermesi beklenmektedir.

PROJEDEN ELDE EDİLEN SONUÇLAR: Proje kapsamında elde edilen bilgi ve veriler kullanarak hakem süreci devam eden üç ayrı makale bulunmaktadır. Bu nedenle sonuçların paylaşılması bu aşamada mümkün olamayacaktır. Anlayışınız için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU: ORCID:0000-0001-9556-6223

Doç. Dr. Seden DOĞAN: ORCID:0000-0001-8547-7702

Kastamonu Tabiat Turizmi Sempozyumu'nun Ardından

Ceren AYDIN
Bilim Doktoru

Kastamonu Tabiat Turizmi Sempozyumu, 22-26 Kasım 2021 tarihlerinde Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi öncülüğünde, T.C. Kastamonu Valiliği, T.C. Kastamonu Belediyesi ve T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı'nın (KUZKA) katkılarıyla Kastamonu'da düzenlendi. Kastamonu ilinin sahip olduğu tabiat turizmi potansiyelinin ve geleceğinin konuşulduğu kongreye; çok sayıda üst düzey bürokrat, dernek, akademisyen ve katılımcı katıldı. Sempozyumla birlikte Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi fuaye alanında Kastamonu Sanat İşleyen Eller, Yöresel Lezzetler Kadın Girişimciler Kooperatifi El Sanatları Sergisi açıldı ve sergi sempozyum süresince ziyaretçilerini ağırladı.

Sempozyum; Kastamonu Milletvekili Metin Çelik, Kastamonu Valisi Avni Çakır, Kastamonu Belediye Başkanı R. Galip Vidinlioğlu, Kastamonu Üniversitesi rektörü Prof. Dr. Ahmet Hamdi Topal ve Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alptekin Sökmen'in açılış konuşmalarıyla başladı. Açılış konuşmalarında, Kastamonu ilinin sahip olduğu tabiat turizmi potansiyelinin bireysel veya kurumlar bazında tek tek ele alınmasının Kastamonu turizmini geliştiremeyeceği, Kastamonu ilinin sahip olduğu turizm potansiyelinin geliştirilmesinde tüm kurumların koordine bir şekilde hareket etmesinin önemli olduğu vurgulandı. Vali Avni Çakır söz konusu koordinasyonun sağlanması için valiliğin üzerine düşeni yapacağını belirtti.

Tabiat Turizmi Sempozyumu öğleden sonra "Yöresel Kalkınmada Kadın Girişimciliği Kastamonulu Kadınlar ve Bir Tabiat Unsuru Olarak Yöresel Lezzetler ve El Sanatları" paneliyle devam etti. Panelin moderatörlüğünü Atılım İnşaat Taahhüt Turizm İşletmecilik Değerleme Anonim Şirke-

tinden Duygu Ece Aydın yaptı. Panelistler ise *Kastamonu Sanat İşleyen Eller, Yöresel Lezzetler Kadın Girişimciler Kooperatifi Başkanı Serpil Durgut, Taşköprü Köy Üret Kadın Girişimciler Kooperatifi Başkanı Behiye Ekinci, Sarı Konak Kadın Girişimciler Kooperatifi Başkanı Mihriban Tüfekçi ve Daday Kadın Girişimciler Derneği Başkanı Dr. Aysın Turpoğlu*'ydu. Panelde kooperatif ve dernek başkanları Kastamonu'da kadının yerini, istihdamını ve yerel turizme katkılarını ifade ettiler.

Sempozyumun ikinci günü ise Abana, Ağlı, Araç, Azdavay, Cide, Daday, Devrekani ve Taşköprü Belediye Başkanlarının katıldığı "Kastamonu'nun Tabiat Çekicilikleri ve İlçelerimizin Tabiat Turizmi Potansiyeli" başlıklı paneller devam etti. Paneller öğleden önce ve öğleden sonra olmak üzere iki oturumda tamamlandı. Öğleden önce yapılan oturumun moderatörlüğünü Prof. Dr. Alptekin Sökmen, öğleden sonra gerçekleştirilen oturumun moderatörlüğünü ise Prof. Dr. Erol Turan üstlendi. Belediye Başkanları ilçelerini tanıtıcı sunumlarla birlikte tabiat turizmi özelinde neler yaptıklarını ve neler yapmayı planladıklarını aktardılar. İkinci günün saat 17:00'da başlayan çevrimiçi paneli ise "Bir Tabiat Turizmi Çekiciliği Olarak Bozulmamış Kırsal Miras Türkiye ve Kastamonu'dan Başarı Öyküleri" başlığıyla Prof. Dr. Füsün Baykal tarafından çevrimiçi ortamda tamamlandı. Panelistler, Kırsal Turizm Derneği Başkanı Ziraat Mühendisi Nedim Zurnacı, İzbeli Konağı sahibi ve işletmecisi Sabiha İzbeli, Balabanağa Çiftliği sahibi ve işletmecisi Nahide Oğuzbalaban, İksir Resort Town sahibi ve iş insanı Sema İksir Aydın, Yanık Ali Konağı işletmecisi Dr. İsmail Menteş ve Şadıbey Çiftliği sahibi ve iş insanı Av. Ahmet Esen'di. Panelistler tecrübelerini ka-



The poster for the Kastamonu Nature Tourism Symposium 2021 features a green and white color scheme. At the top, it displays the logos of Kastamonu University, Kastamonu University Faculty of Tourism, and the Kastamonu Nature Tourism Association. The main title 'KASTAMONU TABİAT TURİZMİ SEMPOZYUMU' is prominently displayed in white text on a green background. Below the title, the dates '22-26 Kasım 2021' are listed. A central collage of six images shows various natural landscapes, including mountains, waterfalls, and lakes. At the bottom, the text 'TABİAT TURİZMİ VE ORMANCILIK ALANINDA İHTİSASLAŞAN TEK ÜNİVERSİTE' is written in white on a green background, followed by logos of Kastamonu University, the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change, and the Ministry of Forestry, Water Affairs and Climate Change. The footer provides the location 'YER: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi*', the nature of the event 'Bildiri Sunumları Çevrimiçi Yapılacaktır.', and the contact information 'Forum ve Aktiviteler Online Olarak Öğütünde Yüz Yüze Yürütülecektir.' and 'İletişim: <https://tabiatturizmissempozyumu.kastamonu.edu.tr/>'.

tılmacılarla paylaşarak, tabiat turizmine yönelik görüşlerini iletiler.

Tabiat Turizmi Sempozyumunun üçüncü günü öğleden önce iki oturumla devam etti. Öğleden önceki ilk oturum *"Sürdürülebilir Tabiat Turizmi Bağlamında Rekreasyon Alanlarında Ziyaretçi Yönetimi Ana Çizgileri"* başlığı altında Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi bölüm başkanı Prof. Dr. Ali Kemal Gürbüz tarafından gerçekleştirildi. Öğleden sonraki ikinci oturum ise Doç. Dr. Aydoğın Aydoğdu moderatörlüğünde *"Tabandan Tavana Kalkınmada Yerel Eylem Grubu Dernekleri ve Bir Tabiat Çekiciliği Kırsal Turizm Yaklaşımları"* başlıklı forumla devam etti. Forum katılımcıları; Araç Yerel Eylem Grubu Derneği Başkanı Aziz Özelci, Cide Yerel Eylem Grubu Derneği Başkanı Serdar Kaptan, Devrekani Yerel Eylem Grubu Derneği Başkanı Vet. Gül Banu Çiçek Bideci ve Taşköprü Yerel Eylem Grubu Derneği Başkanı Ceyhun Çorbacı'ydı. Yerel Eylem Grubu Başkanları ilçelerinde gerçekleştirdikleri faaliyetleri ve ilçelerin kalkınmasına fay-

da sağlamak için ileride gerçekleştirmeyi planladıkları projelerini aktardılar. Sempozyumun öğleden sonraki oturumu ise Abana, Ağılı, Araç, Azdavay, Cide, Daday, Devrekani ve Taşköprü Belediye Başkanlarının katıldığı *"Kastamonu'nun Tabiat Çekicilikleri ve İlçelerimizin Tabiat Turizmi Potansiyeli"* başlıklı panelle devam etti. Panelin moderatörlüğünü Prof. Dr. Yavuz Demirel yaptı. Belediye Başkanları ilçelerini tanıtıcı sunumlarıyla beraber yaptıkları ve yapmayı planladıkları projelerini aktardılar.

Sempozyumun dördüncü gününde bilimsel bildirilerin sunumu yapıldı. Çevrimiçi ortamda toplamda 58 araştırmacı tarafından hazırlanan 34 bildirinin sunumu gerçekleştirildi. Kastamonu ilinin sahip olduğu tabiat turizmine yönelik olarak yerel halk, işletmecilik, gastronomi, yerel basın gibi birçok araştırma alanında hazırlanan bildiriler, Ilgaz Dağları ve Küre Dağları Sanal Salonlarında sunuldu. Dördüncü günün akşam oturumunda ise Kırklareli Üniversitesi'nden Doç. Dr. Mehmet Han Ergüven tarafından *"Kastamonu İçin Bütünleşik Tabiat Turizmi Fırsatları Glamping, İklim Terapisi, Orman Banyosu ve Dijital Detoks"* başlıklı çevrimiçi konferans gerçekleştirildi.

Sempozyumun son günün öğleden önceki oturumunda, Kastamonu Dağcılık ve Doğa Sporları Derneği (KADASK) Başkanı Dr. Alp Arslan moderatörlüğünde *"Bir Maceradır Kastamonu"* başlıklı forum gerçekleştirildi. Forum katılımcıları; gezgin ve TV programcısı İsmail Şahinbaş, gezgin, gezi programları yapımcısı ve iş insanı Adem Salcıoğlu ve Doğa Gezginleri Derneği (Gezginder) Başkanı Minadiye Kaya'ydı. Forumda Kastamonu'ya yönelik tabiat turizmi farkındalığının nasıl sağlanması gerektiği, hangi kurumların eş zamanlı çalışması gerektiği üzerine fikirler sunuldu. Öğleden sonraki oturum Prof. Dr. Alptekin Sökmen'in moderatörlüğünde *"Kastamonu'da Tabiat Turizm Yatırımları"* başlıklı panelle başladı. Panelistler, ASÜER Yatırım ve Danışmanlık A. Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Aydoğın Süer, Tatilya Resort Hotel (Abana) yatırımcısı ve iş insanı Muharrem Sıvar ve Led City Limited Şirketi adına Celal Güler'di. Yatırımcılar Kastamonu'nun önemli bir tabiat turizmi potansiyeline sahip olduğunu gelecekte

bu pastadan pay almak istediklerini ve bu amaç için Kastamonu'da yaptıkları yatırımları ve yapacakları yatırımları ekonomi, istihdam ve sosyo-kültürel değerler çerçevesinde aktardılar. Sempozyumun son oturumu ise Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Doğa, Gençlik ve Alternatif Turizm İhtisas Başkanı Mustafa Demir tarafından "Doğa ve Macera Turizminde Başarı Hikâyeleri: Kastamonu İçin Öneriler" başlığı altında çevrimiçi konferans olarak yapıldı.

Kastamonu Tabiat Turizmi Sempozyumu genel olarak değerlendirildiğinde sempozyumun kamu kurumlarından özel sektör yatırımcılarına doğru bir yol izlediğini ifade edebiliriz. İlk üç

gün kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, dernek ve kooperatiflerin katılımıyla geçen sempozyum; dördüncü gün bilimsel oturumlarla birlikte akademisyenlerin sahne almasına olanak sundu. Sempozyumun son günü ise elini taşın altına koyan riski üstlenen yatırımcılara söz verildi. Kısaca turizmde sacın ayağı diyebileceğimiz tüm paydaşların sahne aldığı sempozyum gerek Kastamonu Üniversitesi öğrenciler gerekse yerel halk tarafından ilgiyle takip edildi.

Ceren AYDIN, Dr., Bağımsız Araştırmacı, PK: 37942 - Merkez/ Kastamonu.

E-Posta: cerendiktas@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8325-5743

Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Ödül Töreni

Leyla ŞİŞİK

Bilim Uzmanı

Anatolia Turizm Akademisi tarafından düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nın ödül töreni 26 Kasım 2021 tarihinde İstanbul'da, Four Points by Sheraton Kağıthane Otelinde yapıldı. 2009 yılından bu yana her yıl düzenlenen *Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması*'nın koordinatörlüğünü Anatolia Turizm Akademisi Koordinatörü Prof. Dr. Nazmi Kozak yürütüyor. Dereceye giren karikatürcülere para ödülü ve tatil ödülleri sunulan yarışma, Er Yatırım Turizm ve İnşaat A.Ş.'nin ana sponsorluğunda düzenlenmekte olup, ulaşım sponsoru olarak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), Medya sponsorluğu için ise "turizm gazatesi.com" yarışmaya destek verdi. Yarışmada ödül alanlar için düzenlenen gezilerin sponsorluğunu ise Mercan Turizm üstlendi. Etkinliğe turizm sektörü çalışanları, karikatür sanatçıları, akademisyenler, sponsor kurum ve kuruluş temsilcilerinden oluşan bir grup katıldı.

Covid-19 pandemisi dolayısıyla, zamanında yapılamayan, 2019 ve 2020 yıllarına ait ödüllerin sunum törenleri bu etkinlikte bir arada gerçek-

leşti. Bu iki yarışmada derece alan karikatürcülere ödülleri eşzamanlı olarak takdim edildi. Yarışmanın 2019 yılındaki teması "Havalimanı", 2020 yılındaki teması ise "Covid-19 ve Turizm" idi. "Yetişkinler" ve "Gençler" olmak üzere yarışmalar iki kategoride düzenlendi. Gençler kategorisine 16 ve daha alt yaş grupları, yetişkinler kategorisine ise 17 ve daha üst yaşlardaki karikatür sanatçıları katıldı. Yarışmaya 2019 yılında 56 ülkeden 733 karikatürcü 1284 eser ile başvurdu. 2020 yılında ise 64 ülkeden 703 karikatürcü 1323 eser gönderdi. Yarışmada karikatürler iki aşamalı olarak değerlendirildi. Birinci aşamada "Ön Değerlendirme Jürisi" gönderilen toplam eserleri değerlendirerek, finale kalan karikatürleri belirledi. İkinci aşamada, finale kalan eserler ikinci bir elemeye tabi tutularak, nihai değerlendirmeye kalacak eserler belirlendi. Son aşamada ise dereceye giren eserler seçildi. Ulusal ve uluslararası seçici kurul üyeleri tarafından yapılan bu değerlendirmede her iki yarışmada toplam 16 eser dereceye girdi.

Prof. Dr. Nazmi Kozak'ın açılış konuşmasının ardından ödül takdim töreni başladı. 2019 yılında düzenlenen yarışmada yetişkinler kategorisinde Almanya'dan Valeriu Kurtu, 2020 yılında ise İran'dan Efat Amjadipoor, eserleri ile birincilik ödülüne layık bulundu.

2019 yılında Yetişkinler kategorisinde, Türkiye'den Sait Munzur tarafından çizilen eser ikincilik ödülüne değer bulunurken, üçüncülük ödülü ise İngiltere'den Ross Thomson ve Bulgaristan'dan Ivailo Tsvetkov arasında paylaşıldı. 2020 yılında yapılan yarışmada ise İran'dan Ali Rastroo ikinci, Belçika'dan Stefaan Provijn üçüncü oldu.

Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nın başlatılmasında büyük emeği olan karikatür sanatçısı ve öğretim üyesi Prof. Dr. Atila ÖZER adına verilen, "Profesör Atila Özer Özel Ödülü"nü kazananı ise 2020 yılında İran'dan Javad TAKJOO oldu. 2019 yılında Prof. Atila Özer Ödülü'nü kazanan eser, kopya olduğunun ortaya çıkması dolayısıyla iptal edildiğinden ödül verilmedi. 16 yaş ve daha alt gruplardaki karikatürcülerin katılımına açık olan Gençler kategorisinde birinciler Türkiye'den çıktı. 2019 yılı yarışmasında Ümmühan Zeynep Akyürek, 2020 yarışmasında

ise Eren Göncüler birinci oldu. Gençler kategorisinde 2019 yılı yarışmasının diğer ödülünde, ikincilik ödülü Poyraz Din'e, üçüncülük ödülü ise İnci Bilgen'e verildi. 2020 yılında ise Rusya Federasyonu'ndan Kirill Usachev ikincilik, Türkiye'den İrem Satır üçüncülük ödülüne değer bulundu. Dereceye giren karikatürcülere para ödülü ve tatil ödülleri sunuldu.

Yarışma kapsamında ayrıca, karikatür eğitimi-ne yönelik çalışmaların teşvik edilmesi amacıyla "Karikatür Eğitime Hizmet Ödülü" de veriliyor. Bu yıl bu ödül, karikatür sanatının gelişimine yönelik yürüttüğü eğitim etkinlikleri ile 50 yıldır bu alana önemli katkılarda bulunan Raşit Yakalı 'ya takdim edildi.

Her yıl bir tema altında gerçekleştirilen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nın bir sonraki teması "Turizm sektörü çalışanları" olarak kabul edilmiş olup, yarışmaya katılacak olan eserler için başvuru süresi 31 Aralık 2021'dir. Etkinliğin kurumsal internet sitesi; www.tourism-cartoon.org olup, buradan güncel içerik ve bilgilere ulaşıyor.

Leyla Şişik, Bağımsız Araştırmacı, PK:34744- Kadıköy/İstanbul

E-Posta: leylasisik@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1035-6425

Anatolia Turizm Akademisi Online Dersleri, Havva ÇIVGIN, 32 (1): 128-130.

Anlatıya Dahil Olmanın Hikâye Anlatıcılığına Etkisi: Unutulmaz Turizm Deneyimlerinin Aracı Rolü, Büşra KAYA, Murat GÜMÜŞ, 32 (2): 159 - 170.

Araştırma Yöntemleri Bilgisinin Önemi: Turizm Alanına Yönelik Bir Gömülü Teori Çalışması, Serhat Adem SOP, Metin KOZAK, 32 (2): 171 - 183

Az Gelişmiş Bir Destinasyonda Yerel Halkın Turizme Yönelik Destegi: Yozgat Örneği, Ozan ATISIZ, (32 (2): 224 - 236.

COVID- 19 Pandemisi ve Azerbaycan Turizmi: Sektör Temsilcisi Görüşlerinin İncelenmesi, Hasan TUTAR, Teymur SARKHANOVA, 32 (1): 7-18.

Covid-19 Pandemisi Sürecinde Seyahatten Kaçınma Niyetinin Karmaşıklık Bakış Açısı ile Analizi, Beykan ÇİZEL, İsmail Gökay KIRTIL, Rabia ÇİZEL, Volkan AŞKUN, 32 (2): 213 - 223.

Çevrimiçi Oyunların Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi, Yasin Emre OĞUZ, Mustafa Çağatay KIZILTAŞ, Veysel YILMAZ, 32 (2): 237 - 248..

Destinasyon Marka Değerinin Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Fethiye Örneği, Özgür DAVRAS Ayşegül DEMİRCİOĞLU, 32 (2): 201 - 212.

Gastronomi ve Yemek Tarihi, Özge SAMANCI, 32 (1): 106-109.

Geçmişten Günümüze Seyyahlar Ve Seyahatnamelerin Tasnifine Dair Bir Deneme-2, Murat HANİLÇE, 32 (2): 273 - 293..

Hüseyin Orak Adlı Bir Müteşebbis Türkiye Kılavuzu Adlı Bir Eser ve 1945 Yılı Aydın'ı, Zakir AVŞAR, 32 (2): 143 - 158.

Improving English Education in Turkish Tourism Faculties Under Supervision of British Language Experts, Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, 32 (1): 126-127.

Kastamonu Tabiat Turizmi Sempozyumu'nun Ardından, Ceren AYDIN, 32 (2): 305 - 307.

Konaklama Deneyimiyle İlgili Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi: Anlatı Çözümlemesi Yöntemi, Hanım Kader ŞANLIÖZ-ÖZGEN, 32 (1): 55-66.

Konaklama İşletmelerinde Endüstri 4.0 Uygulamalarının Önemli Performans Analizi: Amerika'da Bir Araştırma (Proje Yürütücü-

leri: Doç. Dr. Seden Doğan & Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu), 32 (2): 304.

Lunaparkların "Pierre Bourdieu Sosyolojisi " Üzerinden Değerlendirilmesi, Meryem AKOĞLAN KOZAK, Yeşim ARABOĞA, 32 (1): 67-78.

Müzelerin Geleceği: İyileşme ve Yeniden Düşleme, Seda SÖKMEN, 32 (1): 130-133.

Orman Yangınlarının Turizmin Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Yunanistan ve Kıbrıs Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma, Georgios BOUSTRAS, Nikolaos BOUKAS (Çevirmen: Tuğrul TOKER), 32 (2): 249 - 260.

Pandemi Sürecinde Yaşlılık ve Rekreasyon, İpek AYDIN Özkan TÖTÜNCÜ, 32 (1): 100-105.

Postmodern Müzedeki Dönüşümler, Jane K. Nielsen - Çeviren: Fethiye Erbay, Özgül Çetin, 32 (1): 91-99

Psikolojik Sermaye, İş Stresi ve Hizmet Odaklı Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi, Betül KODAŞ, Yasar SARI, 32 (1): 79-90.

Turizm Rehberliği Lisansüstü Eğitiminde Alan Dışı Öğrenci Alımı Paradoksu, Caner ÜNAL, Özlem GÜZEL, Muhammedali YAŞAR, Fatma Nur KELEŞ, 32 (2): 184 - 200.

Turizm Tarihinin Kaynakları, Murat HANİLÇE, 32 (1): 110-119.

Turizm Tarihinin Kaynakları-2, Murat HANİLÇE, 32 (2): 267 - 272.

Turizmin Tarihi Kökenleri – III: Antik Çağ'da Yunan ve Roma Uygarıkları, Dilek ACAR, 32 (1): 119-125.

Turizmin Tarihi Kökenleri – IV, Dilek ACAR, 32 (2): 294 - 303.

Türkiye Merkezli Hakemli Turizm Dergileri Üzerine Bir İnceleme, Zaid ALRAWADIEH, Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH, 32 (1): 31-42.

Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Ödül Töreni, Leyla ŞİŞİK, 32 (2): 307 - 308.

Unutulmaz Turizm Deneyimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişki, Onur Cüneyt KAHRAMAN, Haluk TANRIVERDİ, 32 (1): 43-54.

Yerel Halkın Milli Parklara Yönelik Çevresel Kimlik, Çevresel Tutum ve Katılım Yaklaşımları, Çetin AKKUŞ, Selda YORDAM, 32 (1): 19-30.

2021YILI YAZAR LİSTESİ

- ACAR, D. 32 (1): 119-125; 32 (2): 294 - 3030.
- AKKUŞ, Ç. 32 (1): 19-30.
- AKOĞLAN KOZAK, M., 32 (1): 67-78.
- ALRAWADİEH, Z., 32 (1): 31-42.
- ARABOĞA, Y., 32 (1): 67-78.
- AŞKUN, V., 32 (2): 213 - 223.
- ATSIZ, O. 32 (2): 224 - 236.
- AVŞAR, Z., 32 (2): 143 - 158.
- AYDIN, C. 32 (2): 305 - 307..
- AYDIN, İ., 32 (1): 100-105.
- BOUKAS, N., 32 (2): 249 - 260.
- BOUSTRAS, G., 32 (2): 249 - 260.
- ÇETİN, Ö., 32 (1): 91-99
- ÇIVGIN, H., 32 (1): 128-130.
- ÇİZEL, B., 32 (2): 213 - 223.
- ÇOBANOĞLU, C. 32 (2): 304.
- DAVRAS, Ö., 32 (2): 201 - 212.
- DEMİRCİOĞLU, A., 32 (2): 201 - 212.
- DEMİRDELEN ALRAWADİEH, D. 32 (1): 31-42.
- DOĞAN, S., 32 (2): 304.
- ERBAY, F., 32 (1): 91-99
- GÜÇLÜ NERGİZ, H., 32 (1): 126-127.
- GÜMÜŞ, M., 32 (2): 159 - 170.
- GÜZEL, Ö. 32 (2): 184 - 200.
- HANİLÇE, M., 32 (1): 110-119; 32 (2): 267 - 272;
32 (2): 273 - 293.
- KAHRAMAN, O. C., 32 (1): 43-54.
- KAYA, B. 32 (2): 159 - 170.
- KELEŞ, F. N., 32 (2): 184 - 200.
- KIRTIL, İ. G., 32 (2): 213 - 223.
- KIZILTAŞ, M. Ç., 32 (2): 237 - 248.
- KODAŞ, B. 32 (1): 79-90.
- KOZAK, M., 32 (2): 171 - 183
- NİELSEN, J. K., 32 (1): 91-99
- OĞUZ, Y. E., 32 (2): 237 - 248.
- SAMANCI, Ö., 32 (1): 106-109.
- SARI, Y. 32 (1): 79-90.
- SARKHANOV, T., 32 (1): 7-18.
- SOP, S. A., 32 (2): 171 - 183
- SÖKMEN, S., 32 (1): 130-133.
- ŞANLIÖZ-ÖZGEN, H. Ş., 32 (1): 55-66.
- ŞİŞİK, L., 32 (2): 307 - 308.
- TANRIVERDİ, H., 32 (1): 43-54.
- TOKER, T., 32 (2): 249 - 260.
- TUTAR, H., 32 (1): 7-18.
- TÜTÜNCÜ, Ö., 32 (1): 100-105.
- ÜNAL, C. 32 (2): 184 - 200.
- YAŞAR, M., 32 (2): 184 - 200.
- YILMAZ, V., 32 (2): 237 - 248.
- YORDAM, S., 32 (1): 19-30.

2021 YILI HAKEM LİSTESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi' ne önerilen makalelerin değerlendirilmesindeki özverili çalışmalarından dolayı bütün hakemlere çok teşekkür ederiz, *Editörlük*

AKBABA, Atilla - *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi*
 AKGÜNDÜZ, Yılmaz - *Dokuz Eylül Üniversitesi*
 AKIN, Gönül - *Beykent Üniversitesi*
 AKSÖZ, Emre Ozan - *Anadolu Üniversitesi (2)*
 AKTAŞ, Eysin - *Pamukkale Üniversitesi*
 AKYILDIZ MUNUSTURLAR, Müge - *Eskişehir Teknik Üniversitesi*
 ALBAYRAK, Tahir - *Akdeniz Üniversitesi*
 ALTUNÖZ, Özlem - *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi*
 ARSLAN, Alper - *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*
 AŞAN GREENACRE, Zerrin - *Anadolu Üniversitesi*
 AŞAN, Kübra - *Sinop Üniversitesi*
 ATALI, Levent - *Kocaeli Üniversitesi*
 AYAZLAR, Gökhan - *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*
 AYTAÇ, Ömer - *Fırat Üniversitesi*
 CABER, Meltem - *Akdeniz Üniversitesi (2)*
 ÇAKIR, Onur - *Kırklareli Üniversitesi*
 ÇETİN, Gürel - *İstanbul Üniversitesi (2)*
 ÇOBAN, Ömer - *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*
 ÇOLAKOĞLU, Ülker - *Ankara Menderes Üniversitesi*
 ÇUHADAR, Murat - *Süleyman Demirel Üniversitesi*
 DAVRAS, Özgür - *Süleyman Demirel Üniversitesi*
 DİLEK, Sebahattin Emre - *Batman Üniversitesi*
 DOĞANTAN, Ece - *Anadolu Üniversitesi (2)*
 DOKER, Aslı Cansın - *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi*
 DÖNMEZ POLAT, Dilek - *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi*
 ERTAŞ, Mehmet - *Pamukkale Üniversitesi*
 EVREN, Savaş - *Gümüşhane Üniversitesi*
 GÜÇLÜ NERGİZ, Hatice - *Kocaeli Üniversitesi*

GÜL YILMAZ, Esra - *Afyon Kocatepe Üniversitesi*
 GÜNAY, Fatih - *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi*
 GÜNEREN, Ebru - *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*
 GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, Ebru - *Dokuz Eylül Üniversitesi*
 GÜZEL, Özlem - *Akdeniz Üniversitesi*
 HANİLÇE, Murat Tokat - *Gaziosmanpaşa Üniversitesi*
 IŞIK, Cem - *Anadolu Üniversitesi*
 KARAKÜÇÜK, Suat - *Gazi Üniversitesi (2)*
 KARATAŞ TANDOĞAN, Gülnur - *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi (2)*
 KAYGALAK ÇELEBİ, Sonay - *Batman Üniversitesi*
 KILINÇ, Olcay Burdur - *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi*
 KIRLAR CAN, Burçin - *Pamukkale Üniversitesi*
 KOÇ, Erdoğan - *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi*
 KOÇAK, Göknil Nur - *Mersin Üniversitesi*
 OYMAN, Mine - *Anadolu Üniversitesi (2)*
 ÖZKAN TEKTAŞ, Öznur - *Hacettepe Üniversitesi*
 SOMUNCU, Mehmet - *Ankara Üniversitesi*
 TANER, Bahar - *Mersin Üniversitesi*
 TANRISEVDİ, Abdullah - *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi*
 TANRISEVER, Canan - *Kastamonu Üniversitesi*
 TARCAN İÇİGEN, Ebru - *Akdeniz Üniversitesi*
 TEPECİ, Mustafa - *Manisa Celal Bayar Üniversitesi*
 TOKER, Arzu - *Anadolu Üniversitesi*
 TUĞAL İPLİK, Fatma Nur - *Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi*
 TÜRKTARHAN, Gözde - *South Florida Üniversitesi*
 TÜRÜNCÜ, Özkan - *Dokuz Eylül Üniversitesi*
 UŞAKLI, Ahmet - *Boğaziçi Üniversitesi*
 YAKUT, Kemal - *Anadolu Üniversitesi*
 YEŞİLTAŞ, Murat - *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi*
 Yeşilyurt, Cem - *Adıyaman Üniversitesi*

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, altışar aylık dönemlerde (Bahar ve Güz) yayınlanır ve merkezi, Ankara'dır. Dergide turizm ve ilgili/ilışkili dallarını ilgilendiren konularda hazırlanmış makaleler yayımlanır. Derginin yayıncısı, editörü ve editörler kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp, dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Dergiyeye, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi şeklinde atıf yapılmalıdır.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın politikası; uygulamalı ve derleme türü (meta-analiz çalışmaları model önerileri olgu sunuları ve tartışmalar vb.) çalışmaları yayımlamak ve turizm literatürünün geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Dergiyeye gönderilen bütün makaleler editörler kurulu denetimine alınır kabul görmesi durumunda yayımlanır. Makale değerlendirme sürecini daha verimli kullanabilmek ve derginin bilimsel olma kalitesini daha da yükseltmek için yazarların aşağıda belirtilen yazım kurallarına uymaları önerilir.

MAKALE İNCELEMESİ: Dergiyeye yayımlanması amacıyla önerilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirilmeye tabi tutulur hakemlerin önerilerine dikkate alınır ve istenilen düzeltilmeler yerine getirilmesi koşuluyla yayımlanır. İstenilen şablona ve önerilere bağlı kalınarak hazırlanan ve gönderilen makaleler işleme konulur.

MAKALE TESLİMİ: Makalelerin e-posta ortamında gönderilmesi tercih edilmelidir. Belirtilecek bilgiler arasında yazarın adı-soyadı ve akademik derecesi telefon ve faks numaraları ile e-posta adresini içeren bilgilerin yer almasına dikkat edilmelidir. Gönderilecek olan makaleler daha önce herhangi bir basılı veya sanal bir ortamda yayımlanmamış olmalıdır.

Bildirilerin makale olarak sunulması: Bununla birlikte daha önce herhangi bir kongrede bildiri olarak sunulmuş bir çalışmanın makale halinde önerilmesi aşamasında şu konulara dikkat edilmelidir: a) Öncelikle daha önce bildiri olarak sunulan metin ile makale halinde sunulan metnin aynı olmaması gerekmektedir. b) Bildiri olarak sunulan çalışmadan olan farklı olan yönler ayrıca belirtilmelidir. c) Bildiri olarak sunulan çalışmanın yayımlanmış (veya sunulmuş) örneği makalenin dergiyeye önerilmesi aşamasında gönderilmelidir.

MAKALELERİN GÖNDERİLECEĞİ ADRES:

Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir.

Tel: (0222) 335 05 80/2124

Faks: (0222) 335 66 51

E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

Online ortamda makale önerme: Dergiyeye şu adresi kullanarak online ortamda da makale önerisinde bulunabilirsiniz:

Not: Makale gönderilirken aşağıdaki adres ziyaret edilerek elde edilecek Telif Hakkı Devir Belgesi onaylanarak gönderilmelidir.

<http://www.anatoliajournal.com/copyright.pdf>

MAKALE BAŞLIĞI: Okuyucunun makale ile ilk olarak amacını açıkça ifade edebilen bir başlık aracılığıyla ilişki kurduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Bu nedenle başlığın makalenin amacını ve sınırlarını tam olarak anlatabilen bir içerikte olmasına dikkat edilmelidir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmasına dikkat edilmelidir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmasına dikkat edilerek makalede anlatılan çalışmayı içermesi sağlanmalıdır. Başlığın; sekiz sözcüğü ya da boşluklar dahil 50 karakteri geçmemesine özen gösterilmelidir.

ÖZ: Her makalede Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış öz bulunmalıdır. Bilindiği gibi öz makalede öneimsiz ayrıntıların atlanarak ana noktaların belli bir anlam içerecek şekilde kısaca ifade edilmesidir. Öz, en az 140, en fazla 150 sözcüğü geçmeyecek şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak özün hazırlanmasında; çalışmanın konusu amacı hazırlama yöntemi veri derleme aracı/araçları ve teknikleri örnekleme analiz biçimi ve sonuçlara ilişkin açıklamalar yer almalıdır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Bilindiği üzere, yayımlanan makalelere yer veren indeks ve öz (abstract) veri tabanlarında anahtar sözcükler makalelere ulaşımı kolaylaştırır. Veri tabanları üzerinde yapılacak taramalardan rasyonel sonuçların alınabilmesi için anahtar sözcüklerin doğru verilmiş olması önemlidir. Anahtar sözcük sayısı altı ile sınırlandırılmalıdır. Sıralanma şekli inceleme konusu olan konunun yer aldığı disiplinden başlayıp daha ayrıntılı olan konulara doğru olmalıdır. Çalışmanın uygulandığı coğrafî alan/bölge en sonda yer almalıdır.

GİRİŞ: Giriş bölümünün amacı çalışmanın genel bir tespitini ve analizini yapmaktır. Çalışmanın amacı aşamaları bölümleri işlenen düşünceler net ve bütünlüklü olarak kısaca özetlenerek okuyucuya aktarılmalıdır. Konunun ne olduğu araştırmanın niçin yapıldığı hangi bölümlerde nelerin söz konusu edildiği gibi soruların yanıtları yer almalıdır. Bu sorular arasında var olan bir sorunu ortaya koymak bir soruna çözüm getirmek herhangi bir konuyla ilgili literatüre katkıda bulunmak gibi amaçlar bulunabilir. Bu bölümde konu ile ilgili literatür taramasına ve araştırma yöntemine yer verilmemelidir. Giriş kısmının 500 sözcüğü geçmemesine özen gösterilmelidir.

KURAM: Bu bölüme "konu" da denilmektedir. Bu bölümde çalışmanın dayandığı kuramsal çerçeveye yer verilir. Böylelikle hazırlanan makalenin hangi alan üzerine hazırlandığı açıklanır. Bu bölümle ilgili anlatımlar söz konusu çalışmaya açılım sağlayan kuramsal çerçeve ile sınırlı tutulmalıdır. Kuram bölümü araştırmanın dayandığı alan ve konu ile bağlantılı olmak üzere en fazla 800 sözcük olmalıdır. Yazar/yazarlar isterse giriş ile kuram ve ilgili çalışmalar bölümlerini "Giriş" bölümü kapsamında tek bir başlık altında da hazırlayabilir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR: Bu bölümde makale konusuna giren alanda daha önce gerçekleştirilmiş benzer araştırmalara yer verilir. İlgili çalışmalar bölümüne çeşitli yazarlar literatür (alanyazın) taraması örneğinde olduğu gibi farklı isimler verebilmektedir. Söz konusu araştırmalarda hangi konuların hangi yöntemle incelendiği hangi sonuçlara ulaşıldığı vb. konulara kısaca burada değinilir. Ayrıca makalenin ilgili alana getirdiği katkının belirlenmesi açısından da ilgili çalışmalara yer verilmesi önemlidir. Makale yazarı ilgili alanda var olan hangi boşlukta bilime katkıda bulunduğunu ortaya koyabilmesi için ilgili çalışmalar bölümünün eksiksiz bir şekilde hazırlanması gerekmektedir.

YÖNTEM: Bu bölümde, şimdiki kadar yapılan açıklamaların ışığında var olan veya olduğuna inanılan sorunun ve çözümünün ortaya konulabilmesi için yürütölen araştırmaya ait bilgiler açıklanır. Çalışmada kullanılacak yaklaşımlar ve yöntemin tam bir betimlemesi yapılır. Bu bilgilerin verilmesinin esas amacı kullanılan yöntemin izlenmesi ile bir başka araştırmacının ayısını tekrarlamasına olanak tanınmasıdır. Bu nedenle yöntem bilimsel bilginin temeli olan tekrar edilebilirlik koşulu için yeterli açıklıkta anlatılmalıdır. Bu bölümde ayrıca, anakütlenin özellikleri, bilgi toplama tekniği, niçin bu veri toplama tekniğinin tercih edildiği, tekniğin avantajlı ve dezavantajlı yönlerine ilişkin açıklamalar yer alır. Araştırmada veri derlemede kullanılan aracın geliştirilme aşamaları ve içeriği gibi konular olabildiğinde ayrıntılı bir şekilde açıklanır. Araştırma alan araştırma tekniklerinden biri ile gerçekleştirilmiş ise seçilen örnekleme tekniği ve bu tekniğin tercih edilme nedenleri açıklanır. Çalışma, "toplubakış makalesi (veya derleme)" yani literatür incelemesi içeriğinde hazırlanmış ise, yöntem bölümünde açıklanan konular dikkate alınmayabilir.

ANALİZ VE BULGULARIN YORUMLANMASI: Yöntem ile ilgili açıklamaların ardından araştırmanın esasını teşkil eden verilerin analizinin yapıldığı bölüme sıra gelir. Elbette ki analiz bölümü veri derlemeye dayalı olan araştırmalar için geçerlidir. Derleme (toplu bakış) türü makalelerde analiz bölümü genellikle bulunmaz. Buradaki açıklamalar genel olarak alan araştırma teknikleri ile derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz çeşitidinin seçimi, istatistiksel testler, güven aralığı, istatistiksel testlerin tercih edilme nedeni vb. noktalar bölümün giriş kısmında açıklanır. Bunlar yapıldıktan sonra sıra bulguların yorumlanması gelmiştir. Bulguların yorumlanması bölümünde ise verilerin analizi ile elde edilmiş bulguların sunumu yapılır. Bulgular araştırma sorularına başka deyişle hipotezler ile değerlendirilerek organize edilir. Hipotezlerin ışığında veriler incelenir ve yorumlanır. Bulguların hipoteze uygunluğu değerlendirilir. Sunum biçimi; tablo, grafik veya şekillerden biri veya birkaçı ile gerçekleştirilebilir. İstatistiksel analiz sonuçlarının sunumu da bu bölümde yer alır. Bulguların yorumlanması bölümünde bulguların tekli ikili veya çoklu tablolar biçiminde istatistiksel testlerin sonuçları ile birlikte sununun tercih edilmesi yerinde olacaktır. Böylelikle hangi testin hangi veriler üzerine uygulandığına ilişkin bilgiler daha açık bir şekilde anlaşılır. Bulguların yorumlanması bölümünde örnekleme ilişkin genel bilgiler (demografik veriler) araştırmadan elde edilen bilgiler olmak üzere iki aşamada sunulmalıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular ise kendi arasında bir veya birkaç aşamalı olarak sunulabilir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus makalede geçirden fazla kullanılan açıklamaları tablolar ile boğmamaktır. Mümkün olduğuca tablolar birleştirilmeli ya da araştırma amacı/sorunu ile doğrudan ilgili olmayan tablolar kullanılmamalıdır. Ayrıca genel bilgilerin tek bir tablo halinde sunulmasında yarar vardır. Tablo sayısı, kesinlikle 5-6'ya aşmamalıdır. Bu sayıyı aşan ve yer verilmesinin çalışmanın eksik açıklanacağının düşünöldüğu durumlarda, makaleyi dergiyeye önermeden önce, dergi editörü ile irtibat kurulmalıdır.

SONUÇ: Makaleden elde edilen sonuçların özetlendiği gerektiği durumlarda genellemelerin yapıldığı bölümdür. Bu bölüm ele alınan sorunun kısa bir tekrarı ile başlamalı ve bunu elde edilen sonuçların kısa bir özeti izlemelidir (uygulamalı çalışmalar için). İfadeler kısa ve öz olmalıdır. İlgili literatüre yapılan olası bilimsel katkı da burada kısaca özetlenmelidir. Sonuç bölümündeki açıklamaların 400 kelimeyi geçmemesine dikkat edilmelidir.

DEĞERLENDİRME: Sonuçtan sonra yer alan bu bölümde daha sonra bu alanla ilgili araştırmalarda bulunacak olanlara yol gösterici açıklamalar yapılır. Olası araştırmacılara bu alanda hangi konuların araştırılması gerektiği, araştırmalarda hangi konulara dikkat edilmesi gerektiği gibi açıklamalarda bulunulabilir. Değerlendirme bölümünün hazırlanması zorunlu olmayıp ancak yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda hazırlandığında diğer araştırmacılara yol gösterici olacağı da kuşkusuzdur.

TEŞEKKÜR: Bu bölümde; yazar/lar çalışmanın hazırlanması sürecinde yardım almış oldukları kişilere; çalışmaya parasal destek sağlayan kişi kurum ya da kuruluşlara; ya da verilerin kullanılmasına izin veren kişi kurum ya da kuruluşlara teşekkür edebilir. Bu not çalışma metninin bitiminde ama referanslardan önceki kısımda yer almalıdır.

DİĞER BİLGİLER: Ek olarak gönderilen bir makalenin sağlıklı bir hakem denetiminden geçmesi ve "makale değerlendirme" aşamasının kısa sürede sonuçlanması için makale dilinin Türkçe kuralları ile bilimsel anlatım standartlarına uygun ve yapılan görgül çalışmaların sonuçları güvenilir olmalıdır. Bu konuda gerekiyorsa uzman akademisyenlerden yardım alınmalıdır. Makalede toplam sözcük sayısının 5000'den fazla olmamasına özen gösterilmelidir (ana metin referanslar ve tablo-şekiller dahil). Yazılarda Türk Dil Derneği'nin yazım kılavuzu temel alınmalı yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. Konu ile ilgili uluslararası literatürde yer edinmiş teknik kavramların metin içinde yer aldığı ilk yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilmelidir.

REFERANS VERME: Sadece metin içerisinde belirtilen çalışmalara 'kaynakça' kısmında yer verilmelidir. Bu bölümde eksik (metinde belirtilmiş ancak 'kaynakça' kısmında yer almayan) ya da fazla (metin içerisinde belirtilmemiş ancak 'kaynakça' kısmında yer alan) kaynak isimlerine yer verilmemesine özen gösterilmelidir. Kaynaklar yazarların soyadına göre alfabetik sıra ile verilmelidir. Türkçe ile yabancı kaynaklar ya da makaleler ile kitaplar için ayrı bir sınıflandırma yapmadan tek bir liste oluşturulmalıdır.

Metin içerisinde: İlgili çalışmalara yapılacak atıflarda yazarların soyadları ve yayın tarihi kullanılır. Örneğin;

Dener (1996) ...

Dener'e (1996) göre....

Uysal ve Crompton (1985)....

Uysal ve Crompton'a (1985) göre....

Yazar sayısı üçten fazla olan eserlere metin içerisinde yapılacak atıflarda sadece ilk yazarın soyadı yazılarak sonrakiler (vd) şeklinde belirtilecektir. Örneğin;

Timur vd. (2000)

Timur ve arkadaşları (2000)

(Timur vd. 2000).

(Timur ve arkadaşları 2000).

Parantez içerisinde cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyor ise, kaynaklar yayın tarihi sırasına göre verilmelidir (en eskiden en yeniye doğru). Örneğin;

(Dener 1996; Uysal 1998; Morrison 2002) gibi.

KAYNAKÇA DÜZENİ: Atıf yapılan bütün kaynaklar cilt, sayı ve sayfa numarasının tümünü kapsmalıdır. Kaynakların listesine çalışmanın sonunda ve aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi yazarların soyadı sırasına göre yer verilmelidir. Kaynakça bölümünde yer alacak kaynak sayısı en az 20 en fazla 40 olmalıdır. Daha az veya daha fazla sayıda kaynak gösterenlerin çalışmaları değerlendirilmeye alınmayacaktır.

Sürelili Yayınlar / Dergiler:

Yücelt U. ve Marcella M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: An Empirical Investigation, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 32- 38.

Kitaplar:

Witt E. S. ve Witt C. A. (1992). *Modelling and Forecasting in Tourism*. Londra: Academic Press.

Kitap Bölümleri:

Uysal M. ve Hagan L. A. R. (1992). Motivations of Pleasure Travel and Tourism. İçinde; M. Khan M. Olsen ve T. Var (Editörler) *VNRs Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (ss. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.

Tez Çalışmaları:

Timur A. (1978). Turizm Fiyat Enflasyon İlişkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi.

İnternetteki Makaleler:

Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association. (19 Kasım 1999). Washington DC: American Psychological Association <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinden alınmıştır (Ziyaret tarihi: 13.11.2016).

İnternette diğer tür doküman ve bilgilere atıfta bulunulması durumunda <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinde yer alan Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association başlığı altındaki açıklamalar dikkate alınmalıdır.

Kaynakça gösterme ile ilgili dikkat edilmesi gereken bazı konular: a) Yayınlar için kent ismi verilecek ise, ilgili kentin Türkçe yazılışına yer veriniz (London yerine Londra gibi). b) Basım sayıları için de Türkçe açıklamaya yer veriniz (First Edition yerine Birinci Baskı gibi). c) Kitaplar içerisinde yer alan bölüm yazıları için "in" yerine "içinde" yazınız. d) Lütfen kaynak gösterimindeki ayrıntılara dikkat ediniz.

TABLO ŞEKİL VE FOTOĞRAFLAR: Makale ile ilgili diğer bütün ekler özenle hazırlanmalı ve metin içerisinde yer almalıdır. Tablolar ana metine atıf yapılmadan anlaşılır bir şekilde olmalı tablo başlığının yanı sıra kolonlar için de başlık verilmelidir. Çok uzun ya da çok geniş tablolardan kaçınılmalıdır. Bir makale önerisinde en fazla beş tabloya yer verilmelidir. Çok gerekli olmayan hallerde demografik veri içerikli tablolara yer verilmemelidir. Bu sınırı aşan ve makaleyi tablolara dolduran çalışmalar değerlendirmeye alınmayacaktır. Şekil ve grafikler sade olmalı ve başlık içermelidir.

BAZI ETİK KONULARI: Zaman zaman turizm alanında da bilim etiği ihlalleri ortaya çıkabilmektedir. Akademik alandaki bir kurumda görevli olsun veya olmasın, bilerek veya bilmeyerek yapılan bazı etik ihlalleri yıllar sonra bireylerin önüne gelebilmekte ve vahim sonuçları olabilmektedir. O nedenle, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilecek makalelerin hazırlanması ve önerilmesinde; "intiha", "dilimleme", "uydurma (fabrikasyon)", "çarpıtma", "destek belirtmeme", "yazarlıkla ilgili konular (yazar adı belirtmeme, yazarlık sıralaması, yazarlık hakkı, vs.)" ve diğer bilim etiğinde uyulması gereken hususlara uyulmasında gerekli özenin gösterilmesini bekliyoruz.

YAZARLARIN ÖZGEÇMİŞ VE FOTOĞRAFLARI: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Yıl 27, Sayı 1 sayısından itibaren yazarların özgeçmiş ile fotoğraflarına yer verilmeye başlanmıştır. Yazarların aşağıdaki özgeçmiş şablonuna göre hazırlayacakları özgeçmişleri ile yüksek çözünürlüklü olarak taranmış bir fotoğraflarını makaleyi önerirken göndermeleri gerekmektedir.

Özgeçmiş hazırlama şablonu:

..... Üniversitesi Fakültesi/Yüksekokulu'ndan (var ise bölüm de belirtilmeli) mezun oldu (YIL). Yüksek lisans derecesini Üniversitesi'nden dalından (YIL), doktora derecesini de Üniversitesi'nden dalından aldı (YIL). Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (YIL) (Üniversite dışında başka kurum veya kuruluşlarda çalışılmış ise, burada sırasıyla belirtilmeli). (Var ise) Doçentlik unvanını alanında aldı (YIL). (Var ise) Profesörlüğe Üniversitesi'nde yükseltildi (YIL). Halen Üniversitesi Fakültesi/Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanı/ları,'dir.