

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda:

Turizm Kentlerinde Ekonomik Farklılaşma ve İlgili Çeşitlilik
Hilal ERKUŞ-ÖZTÜRK

Rekreasyon Faaliyetlerine Katılan Kişilerin (Rekreasyonistlerin) Örtük Liderlik Algıları
Meryem AKOĞLAN KOZAK - Çağdaş AYDIN - Ceren AYDIN

*Uluslararası Turizm ve Uluslararası Barış: Rusya Federasyonu'ndan
Türkiye'ye Ziyaretçi Akımı Örneği, 1992-1999*
Ali BAŞARAN - Atay AKDEVELİOĞLU

*İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Tutumları:
Yalova-Çınarcık Örneği*
Ayşe OKUYUCU - Mehmet SOMUNCU

Turizm ve Şehir Vergisi: Kuramsal Bir Analiz ve Türkiye Üzerine Öneriler
Mustafa DOĞAN

Mükemmeliyetçiliğin İş Performansına Etkileri: Aşçılar Üzerine Bir Araştırma
Serdar EREN - Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi
Özge KOCABULUT - Tahir ALBAYRAK

Moleküler Gastronomi Bilimsel Bir Disiplin, NbN Mutfak Bir Sonraki Mutfak Eğilimidir
Herve THIS / Türkçeye Çevirenler: Şehnaz DEMİRKOL - İbrahim ÇİFÇİ



Cilt: 28 • Sayı: 2 • Güz 2017 • ISSN: 1300-4220



14. Araştırma Yöntemleri Semineri

27 Ocak - 04 Şubat 2018, Mirage Park, Kemer - ANTALYA

Alanının Dünya'daki en kapsamlı ve en uzun süreli bilimsel etkinliği

- ▶ İki dönem,
- ▶ Toplam 14 seminer,
- ▶ Aynı anda, bir arada...

BİRİNCİ DÖNEM (27 - 31 OCAK 2018)

1. SPSS-I ▶ Doç. Dr. Fatma Lorcu
2. Çok Ölcütlü Karar Verme Teknikleri ▶ Doç. Dr. Aşkın Özdağoğlu
3. İsrail - Amos ▶ Prof. Dr. Sabri Erdem
4. Veri Madenciliği ▶ Doç. Dr. Güzin Özdağoğlu
5. Nitel Araştırma Yöntemleri ▶ Prof. Dr. İnci User
6. Sosyal Bilimlerin Felsefesi ve Etik ▶ Prof. Dr. Muammer Tuna
7. Söylem Analizi ▶ Dr. Burcu Şentürk

İKİNCİ DÖNEM (31 OCAK - 4 ŞUBAT 2018)

1. Etnografiden Netnografiye Nitel Araştırma ▶ Prof. Dr. Asker Kartarı
2. SPSS-II ▶ Prof. Dr. İsmet Doğan
3. Meta Analizi ve STATA ▶ Doç. Dr. Pınar Özdemir
4. Ölçek Gelistirme ▶ Prof. Dr. Özkan Tütüncü
5. Academic Writing ▶ Prof. Dr. Metin Kozak
6. NVIVO ile Nitel Veri Analizi ▶ Dr. Zeynep Kurnaz
7. MAXQDA ile Nitel Veri Analizi ▶ Doç. Dr. Elif Kuş Saillard
Dr. Seray Begüm Samur

<http://www.arastirmayontemleriseminerleri.com>



Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu

11-14 Ekim 2018
Foça - İzmir

“Dünden Bugüne Türkiye’de Turizmin Akademik ve Bilimsel Kurumsallaşmasının Gelişimi”

Prof.Dr. Hasan Olalı, Türkiye’de turizm ve otelcilik dalının gelişimine önemli katkılarda bulunmuş bir akademisyendir. Kendisi, 1960’lı yılların başından itibaren gerek akademik turizm eğitiminin kurumsallaşması ve gerekse araştırma ve yayın bağlamında gelişimine öncülük etmiştir. Prof.Dr. Olalı adına düzenlenen bu sempozyumun amacı, 1960’li yıllardan itibaren Türkiye’de turizm ve otelcilik eğitimi, turizm araştırmaları ve turizm literatürünün gelişimi ile ilgili çalışmalara yer vermek, elde edilen bulguları tartışmak ve geleceğe yönelik birtakım kararların alınmasına katkıda bulunacak çıktılara erişmektir.

Sempozyumun alanına giren konularda yapılacak çalışmalarda bibliyometri, sözlü tarih, literatür incelemesi, atıf analizi, içerik incelemesi vb. teknikler kullanılabilir. Bu inceleme alanlarının biri veya daha fazlasını öğrenerek bildiri olarak sunulmak üzere çalışma yapmak isteyen isteklilere organizasyon komitesi tarafından karşılıksız danışmanlık hizmeti verilecektir.

<https://anatoliajournal.com/hasanolali>

Düzenleyenler:



Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

EDITÖRLER

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

EDITÖR DANIŞMA KURULU

Bülent AĞAOĞLU, *Bibliyograf*
Faruk ANDAÇ, *Çağ Üniversitesi*
Seyhmus BALOĞLU, *University of Nevada, Las Vegas*
İbrahim BİRKAN, *Atılım Üniversitesi*
Hasan Işın DENER, *Emekli Öğretim Üyesi*
Mithat Zeki DİNÇER, *İstanbul Üniversitesi*
Asker KARTARI, *Kadir Has Üniversitesi*
Meryem AKOĞLAN KOZAK, *Anadolu Üniversitesi*

Meral KORZAY, *Boğaziçi Üniversitesi*
Metin KOZAK, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Mehmet ÖZDEMİR, *Emekli Öğretim Üyesi*
Sevil F. SÖNMEZ, *University of Central Florida*
Öcal USTA, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Muzaffer S. UYSAL, *University of Massachusetts Amherst*
M. Mithat ÜNER, *Gazi Üniversitesi*
Şükrü YARCAN, *Nişantaşı Üniversitesi*

BÖLÜM EDITÖRLERİ

Türk Turizm Eğitirmcileri ve Araştırmacıları
Metin KOZAK, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
E-posta: m.kozak@superonline.com

Çeviri Seçme Makaleler
Gürel ÇETİN, *İstanbul Üniversitesi*
E-posta: gurelc@istanbul.edu.tr

Turizm Araştırma İncelemeleri
Çağrı Hale ÖZEL, *Anadolu Üniversitesi*
E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

Sanal Yayım Editörü
Engin BAYRAKTAROĞLU, *Anadolu Üniversitesi*
E-posta: enginbayraktaroglu@anadolu.edu.tr

Rekreasyon İncelemeleri
Özkan TÛTÛNCÛ, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

Etkinlik Notları
Osman GÛLDEMİR, *Anadolu Üniversitesi*
E-posta: osmanguldemir@gmail.com

Turizm Araştırma Projeleri
Hatice GÛÇLÛ NERGİZ, *Kocaeli Üniversitesi*
E-posta: hguculu@anadolu.edu.tr

Türkçe Dil ve Anlatım Denetimi
Aysel YILMAZ, *Anadolu Üniversitesi*
E-posta: aysely@anadolu.edu.tr

Türkiye Turizm Tarihi, Mehmet ÖZDEMİR, E-posta: mehmetozdemir22@yahoo.com



YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 589 - 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.

ÖNEMLİ AÇIKLAMA

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilecek makalelerin "makale hazırlama ve yazım bilgileri"nin incelenmesinin ardından hazırlanması yerinde olacaktır. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Makale Hazırlama ve Yazım Kuralları*'na ilişkin açıklamalar derginin son iki sayfasında yer almaktadır. Söz konusu açıklamalar, her bilimsel dergiye önerilecek makaleler için uyulması istenilen asgari kuralları içermektedir. Bu aşamada yazarların dikkate almaları gereken diğeri önemli husus ise, makalenin hazırlanması aşamasında atf ve kaynakça düzenlerinin dikkate alınması ve çalışmanın buna göre biçimlendirilmesidir. Önceki örneklerden de görüldüğü üzere, yazarlar bu konuya hemen hiç önem vermemekte, en iyi bildikleri atf ve kaynakça düzenine göre makaleleri hazırlamaktadırlar. Bu uygulamanın, çoğu durumda, makalenin yayımlanma aralığının uzamasına neden olabildiği unutulmamalıdır.

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@ttnet.net.tr

Basıldığı Yer ve Tarih: Ankara, Aralık 2017

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

Dilek ACAR Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu	Kemal BİRDİR Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
Mustafa AKAL Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi	Deniz BOZ Çukurova Üniversitesi Karatay Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Atilla AKBABA Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meltem CABER Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Nurhodja AKBULAEV Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi	Onur ÇAKIR Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Mehmet AKBIYIK Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu	Gürel ÇETİN İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
Gülşah AKKUŞ Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Beykan ÇİZEL Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Emre Ozan AKSÖZ Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Osman Eralp ÇOLAKOĞLU Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Eylin AKTAŞ Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi	Murat ÇUHADAR Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Işıl ALTUN Kocaeli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi	Başak DENİZCİ GUILLET Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu
Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Evinç DOĞAN Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Zeynep ASLAN Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	İsmet DOĞAN Afyon Kocatepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı
Alper ASLAN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi	Maria DOLORES ALVAREZ Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Zerrin AŞAN GREENACRE Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi	Teoman DUMAN Uluslararası Burch Üniversitesi Yönetim Bölümü
Gökhan AYAZLAR Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi	Rüya EHTİYAR Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Aslıhan AYKAÇ YANARDAĞ Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Mehmet Han ERGÜVEN Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Ömer AYTAÇ Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Savaş EVREN Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi
Ahmet Serdar AYTAÇ Harran Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi	Ayhan GÖKDENİZ Balıkesir Üniversitesi Ayvalık Meslek Yüksekokulu
Oya AYTEMİZ SEYMEN Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Ümmühan GÖKOVALI Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Ozan BAHAR Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Hatice GÜÇLÜ NERGİZ Kocaeli Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Fusun BAYKAL Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi	Ebru GÜNEREN ÖZDEMİR Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Çetin BEKTAŞ Erzincan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Saniye Gül GÜNEŞ Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi

Editör Kurulu Üyeleri (devam)

Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	Asım SALDAMLI Nişantaşı Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Kemal KANTARCI Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi	Özge SAMANCI Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Erdinç KARADENİZ Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Mehmet SARIİŞİK Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Kenan KARAGÜL Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu	Mehmet SOMUNCU Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi
Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Bahar TANER Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Osman KARATEPE Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Abdullah TANRISEVDİ Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Salih KATIRCIOĞLU Doğu Akdeniz Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü	Canan TANRISEVER YİĞİT Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Erdoğan KOÇ Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Ebru TARCAN İÇİGEN Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Göknül Nur KOÇAK Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Bahattin TAYLAN Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
O. Avcı KURGUN Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi	Nezih TAYYAR Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Salih KUŞLUVAN İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi	Nevin TEKGÜL ŞANLIER Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Deniz KÜÇÜKUSTA Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu	Mustafa TEPECİ Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Haldun MÜDERRİSOĞLU Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi	Zeynep TUNA ULTAV Yaşar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
Yıldırım Beyazıt ÖNAL Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Fatma Nur TUĞAL Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi
Bahattin ÖZDEMİR Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Muammer TUNA Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Osman Nuri ÖZDOĞAN Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Oğuz TÜRKAY Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Gökçeçiçek SAVAŞIR Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi	Özkan TÜRÜNCÜ Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu
Leyla ŞENTÜRK ÖZER Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Mehmet İsmail YAĞCI Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşıl ÖZGEN Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	Kemal YAKUT Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Öznur ÖZKAN TEKTAŞ Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Esra GÜL YILMAZ Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi
	Ebru ZENCİR Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi

İÇİNDEKİLER**HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**

- 215** Turizm Kentlerinde Ekonomik Farklılaşma ve İlgili Çeşitlilik
Hilal ERKUŞ-ÖZTÜRK
- 227** Rekreasyon Faaliyetlerine Katılan Kişilerin (Rekreasyonistlerin) Örtük Liderlik Algıları
Meryem AKOĞLAN KOZAK - Çağdaş AYDIN - Ceren AYDIN
- 244** Uluslararası Turizm ve Uluslararası Barış: Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye Ziyaretçi Akımı Örneği, 1992-1999
Ali BAŞARAN - Atay AKDEVELİOĞLU
- 257** İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Tutumları: Yalova-Çınarcık Örneği
Ayşe OKUYUCU - Mehmet SOMUNCU
- 269** Turizm ve Şehir Vergisi: Kuramsal Bir Analiz ve Türkiye Üzerine Öneriler
Mustafa DOĞAN
- 281** Mükemmeliyetçiliğin İş Performansına Etkileri: Aşçılar Üzerine Bir Araştırma
Serdar EREN - Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN
- 293** Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi
Özge KOCABULUT - Tahir ALBAYRAK

SEÇME ÇEVİRİ MAKALE

Gürel ÇETİN, Editör

- 304** Moleküler Gastronomi Bilimsel Bir Disiplin, NbN Mutfak Bir Sonraki Mutfak Eğilimidir
Herve THIS / Türkçeye Çevirenler: Şehnaz DEMİRKOL - İbrahim ÇİFÇİ

REKREASYON İNCELEMELERİ

Özkan TÜTÜNCÜ, Editör

- 315** Yaşlılık ve Rekreasyon
İpek AYDIN - Özkan TÜTÜNCÜ

EDİTÖRE MEKTUP

Çağıl Hale ÖZEL, Editör

- 322** Doktora Tezi Kapsamında Kuşadası-İstanbul-Antalya ve Kapadokya'da Günübürlük Turlarda Gerçekleştirilen Katılımlı Gözlemlere İlişkin Notlar
Vedat ACAR

İÇİNDEKİLER

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMACILARI

Metin KOZAK, Editör

- 325** *Şükrü Yarcan: Uygulamadan Teoriye Bir Turizm Akademisyeni*
Gürel ÇETİN
- 329** *Şule Çetin Portresi: Bir Turizm Öncüsü*
Sevda SAHİLLİ BİRDİR
- 334** *Akademik Turizm Yayıncılığı ve Hüseyin Yıldırım*
Hasan GÜLSAÇAN
- 341** *Mehmet Altınay: Çok Yönlü Kişiliğı, Enerjisi ve Uzlaşmacı Yaklaşımı*
Hasan KILIÇ

TURİZM ARAŞTIRMA PROJELERİ

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Editör

- 348** *İkinci Konut Sahipliğinde İtme ve Çekme Faktörleri: Edremit Örneğı*
(Proje Yürütücüsü: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT)

ETKİNLİK NOTLARI

Osman GÜLDEMİR, Editör

- 349** *Uluslararası İki Önemli Bilimsel Etkinliğin Ardından...*
Emre Ozan AKSÖZ
- 351** *III. Turizm Şurası*
Tolga Fahri ÇAKMAK
- 352** *IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları ve IV. Rekreasyon Araştırmaları Kongreleri'nin Ardından...*
Ceyhun UÇUK - Oya ÖZKANLI
- 354** **2017 YAYIN DİZİNİ VE HAKEM LİSTESİ**
- 357** **ANATOLIA: TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGISİ MAKALE HAZIRLAMA VE YAYIM BİLGİLERİ**

Turizm Kentlerinde Ekonomik Farklılaşma ve İlgili Çeşitlilik

Economic Diversification and Related Variety in Tourism Cities

Hilal ERKUŞ-ÖZTÜRK*

*Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, 07058, Kampüs, Antalya.

E-posta: hilalerkus@yahoo.com, herkus@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2466-6862

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 16 Ağustos 2016

Düzeltilme: 2 Kasım 2016

Kabul: 6 Aralık 2016

Anahtar sözcükler: Ekonomik farklılaşma, Turizm kentleri, İlgili-çeşitlilik, İlgisiz çeşitlilik, Antalya.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 16 August 2016

Resubmitted: 2 November 2016

Accepted: 6 December 2016

Key words: Economic diversification, Tourism cities, Related variety, Unrelated variety, Antalya.

ÖZ

Turizm, kentsel ekonomik kalkınmayı sağlamada sürücü bir rol üstlenmektedir. Ekonomik kalkınma yazınında, uzun vadede tek varlığa sahip olan kentlerin ekonomik büyüme açısından birçok varlığa sahip olan kentlere kıyasla daha kırılgan olduğu iddia edilmektedir. Ancak yüksek hızla gerçekleşen turizm büyümesinin bir kentte daha güçlü bir ekonomik ayrılaşma yaratıp yaratmayacağı tartışmalı olup, bu makalede hızlı turizm büyümesinin sektörle ilgili ve dolaylı olarak ilgili sektörlerin gelişimini tetikleyebildiği, bu kapsamda turizmle ilişkili firmalarda ekonomik bir farklılaşmayı tetikleyeceği iddia edilmektedir. Bu amaçla (evrimsel) ekonomik coğrafya yazını ve turizm yazını eleştirel biçimde değerlendirildikten sonra, Antalya turizm kenti üzerinde il düzeyinde sektör verileri ve aynı zamanda turizmle ilgili ve dolaylı ilgili firmalarla yapılan anket verilerinin niceliksel ilişkisel analiz yöntemleri kullanılarak yapılan analizlerin bulguları bu makalede tartışılmaktadır. Bulgular ekonomik farklılaşmanın turizmle ilgili sektörlerde artarak gözleendiğini ve turizmde farklılaşan firmaların ilgili çeşitlilik gösteren firmalarla yakından ilişkili olduğunu göstermiştir.

ABSTRACT

Tourism is taken as a driver of urban economic growth. It is claimed in the literature that single-asset cities are more fragile than multi asset cities. It is doubted whether a high urban tourism growth implies an ever stronger specialization and a locked-in process of path dependent urban economic development. In this paper, it is claimed that the growth of tourism, by time, stimulates the growth of related and unrelated industries, generates a diversification in the city and stimulates differentiation in tourism firms which have related variety connections. The aim of the paper is to evaluate evolutionary economic geography literature in a very critical way by combining it with tourism literature with a specific focus on tourism actors in Antalya by analyzing quantitatively both from primary interview data from tourism firms and secondary data on sectoral bases. Findings show an increase in economic diversification and strong association between differentiated tourism firms and related variety connections.

GİRİŞ

Ekonomik kalkınmayı sağlamada öncü rol üstlenen sektörlerden olan turizm, ihracatın yapıldığı sektörlerden farklı olarak, hizmetin üretimi ve tüketiminin aynı mekânda gerçekleşmesiyle yerele daha bağımlı yapı sergileyen bir sektördür. Turizm kentlerine rekabetçi avantaj sağlayan varlıklar farklılık göstermektedir. Bazı turizm kent-

leri sadece deniz-kum-güneş gibi tek bir varlığa sahipken, diğer turizm kentleri birçok varlığın karışımı (tarih, kültür, sanat, mimari vb.) olabilmektedir. Ekonomik coğrafya yazınında uzun vadede tek varlığa sahip olan kentlerin ekonomik büyüme açısından birçok varlığa sahip olan kentlere kıyasla daha kırılgan olacağı ifade edilmektedir (Jacobs 1967; Staber 1997). Tek varlık odaklı gelişen turizm kentlerinde gözlenebilen ekonomik kırılganlığın ilk olarak kentleşme ekonomilerinden daha çok yerleşme ekonomisi temelli olmasından kaynaklandığı görülmektedir. Yazınıda kentleşme ekonomileri farklı sektörlerden

¹ Bu makale TÜBİTAK 1001 Projesi olarak desteklenen projeden (Proje No:112K443, *Turizm Kentlerinde Ekonomik Farklılaşma-Ayrılaşma: Antalya Örneği*) üretilmiş olup, projenin bulgularını tartışma amacıyla üretilmiş bir çalışmadır. TÜBİTAK'a verdiği destekten ötürü teşekkürü bir borç bilirim.

firmaların kent bütününde, yerelleşme ekonomileri ise aynı sektörlerden firmaların aynı alanda yoğunlaşmasıyla dışsal etkilerden faydalanmasını açıklamaktadır (Goldstein ve Gronberg 1984).

İkinci olarak ise bu tür turizm kentlerinin büyüme eğiliminin turizm alanları hayat döngüsünde de (Butler 2011) bahsedildiği gibi durgunluk evresine gelmeden ekonomik olarak bir farklılaşma stratejisine girmemesinden dolayı oluşan ekonomik kırılmalardır. Büyüme evresinde değil de durgunluk evresinde ekonomik farklılaşma eğilimine girmeleri, turizm kentlerini diğer kentlerden daha kırılmalara hale getirmektedir.

Ekonomik coğrafya yazınında son dönem yapılan çalışmalarda bölgesel sektörel çeşitliliğin ve uzmanlaşmanın ekonomik kırılmalığı azaltacağı iddia edilirken (Jacobs 1967; Romer 1987; Staber 1997; Frenken Van Oort ve Verburg 2007) evrimsel ekonomik coğrafya yazınında (Boschma ve Iammarino 2007; 2009) ne bölgesel çeşitliliğin ne de bölgesel uzmanlaşmanın, yenilikçiliği ve farklılaşmayı desteklediğini, bunun yerine yerel uzmanlaşmadaki ilgili çeşitliliğin (related variety) daha etkili bir interaktif öğrenme ve yenilikçilik yaratacağı savunulmaktadır.

Bu kapsamda makalede ilk olarak turizm sektörü gelişiminin, bir ekonomik homojenleşmeye mi yoksa bir ekonomik farklılaşmaya mı neden olduğunu tartışmak amaçlanmaktadır. İkinci olarak, kentteki turizm büyümesinin zamanla turizmle ilgili aktörleri ürünlerini yenilikçilik düzeyinde bir farklılaştırmaya teşvik edip etmediğini, ekonomik farklılaşmayı sağlayıp sağlamadığını, eğer sağlıyorsa sektör-içi ve sektör-dışı olarak hangi ilişki biçimleriyle daha ilintili olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

Bu bağlamda ilgili yazındaki tartışmalar ilk bölümlerde verildikten sonra, deneysel olarak Antalya turizm kenti özelinde yapılmış olan alan çalışmasının anket verilerinin analiz bulguları eleştirel olarak tartışılmaktadır.

EKONOMİK AYNILAŞMA/FARKLILAŞMA, İLGİLİ ÇEŞİTLİLİK

Ekonomik coğrafya yazınında, yerelleşme ve kentleşme ekonomileri tartışması üzerine giden birbirine zıt olan iki iddia mevcuttur. Bu iki zıt

yığılma ekonomisi tartışması ölçek ekonomileri, dışsal ekonomiler, artan getiriler ve rekabetçi piyasa yapısı üzerine şekillenmektedir. Yerelleşme ekonomileri, aynı mekânda yer seçen aynı sektörden olan firmaların oluşturduğu yığılma ekonomisiyken, kentleşme ekonomileri belirli bir kentsel alanda yığılan farklı firmaların birarada bulunmaları sonucu firma maliyetlerinde azalma ile oluşan ekonomilerdir (Goldstein ve Gronberg 1984). Bazı yazarlar sektörel uzmanlaşmanın aynı sektörde bulunan yerel firmaların öğrenme kapasitelerini arttırıp yerelleşme ekonomileri yaratarak bölge için olumlu bir etki yaratacağını iddia ederken (Romer 1987; Frenken ve arkadaşları 2007) diğer yazarlar kentleşme ekonomileri kapsamında yaratılan sektör içi ve dışı farklılaşmaların bölge ekonomilerine daha olumlu bir etkisi olacağını (Jacobs dışsallıkları anlamında) savunmaktadırlar (Jacobs 1969; Florida 2002; Boschma ve Iammarino 2009; Polèse 2010).

Glaeser ve arkadaşları (1992) yerelleşme ekonomisiyle kentteki belirli bir sektörün yoğunlaşmasının, firmalar arası bilgi yayılımının ve bu sayede firmaların gelişmesinin sağlanacağını savunmuştur. Kalifiye işgücünün firmalar arası transferiyle, yapılan gözlemler ve kopyalama sayesinde komşu firmalar arasında bilginin sürekli olarak yayılacağı iddia edilmektedir.

1967'de Jane Jacobs ise farklı sektörlerden firmaların coğrafi yoğunlaşmasının, farklı tecrübe ve ilgi alanlarına sahip insanların, farklı perspektiflerden yaklaşımlarla yeni sektörlerle bilgi yayılımı sağlayacağını ve bu sayede yeni fikirlerin, ürünlerin ve süreçlerin ortaya çıkacağını savunmuştur. Bu sayede farklılaşma ve uzmanlaşmanın yenilikçilik ve büyüme getireceğini ortaya koymuştur.

Evrimsel ekonomik coğrafya perspektifinden yığılma ekonomilerinin genel olarak uzmanlaşma, çeşitlenme, üretkenlik, çeşitlilik (variety) ve ekonomik büyüme açılarından ele alındığı söylenebilir. Polèse'nin (2010: 17) uzmanlaşmanın kentlerde yaratacağı negatif etkiyi negatif kümeler (negative clusters) üzerinden açıklaması bu kapsamda ele alınabilir. Örneğin tekstil, giyim veya demir, metal üretimi üzerine uzmanlaşmış olan yerlerin daha dinamik endüstrilere

doğru çeşitlenme göstermedikçe zamanla negatif bir kümeye dönüşecekleri Belçika'da Wallonia ve Kuzey Kanada'daki kâğıt ve alüminyum eritme fabrikasının bulunduğu yerler örnek vererek açıklanmaktadır. Her endüstri ve uzmanlık biçiminin (tarım, balıkçılık, madencilik, otomobil endüstrisi, bilgisayar programlama, bankacılık vs.) kendine ait bir kültürü, endüstriyel ilişki biçimi ve çalışma etiği olduğundan dolayı her birinin farklılaşmaya ve değişmeye olan uygunluğu farklılaşmakta, bu durum değişmeye az yatkın olan kümeleri diğer kümelerden daha negatif bir konuma sürüklemektedir. Bununla birlikte ortak endüstriyel kültür tarafından şekillenen bir veya birkaç endüstrinin baskın olduğu bölgelerde, endüstriyel kültürün bölgesel bir form almasından ötürü yerel ekonomiye olumlu ve de olumsuz etkileri olabilmektedir. Polèse'ye (2010: 18) göre her ne kadar endüstriyel uzmanlaşma bir endüstri büyürken iyi olsa da ilerde yerel işgücü pazarını bozup, yerel işadamlarının ve yatırımcıların seçimlerini olumsuz etkilediğinde o bölgedeki büyüme için bir engel teşkil edebilmektedir. Hollanda Sendromu (Dutch Disease) örneği de bu kapsamda önemli olup, Hollanda'da doğal gaz gibi tek bir sektörde yaşanan aşırı büyümenin diğer sektörlerin kentten dışlanmasına, diğer sektörlerde üretimin azalmasına (sanayisizleşme) ve istihdamın gelişen sektöre doğru kaymasına sebep olması, kentin ekonomisinde yarattığı olumsuz etkileri göstermesi açısından önemlidir (Corden 1984; Wijnbergen 1984). Tam da bu noktada turizm gibi bir sektörün baskın olduğu bölgelerde yerel ekonomiye etkisinin ne yönde olduğu bu tartışma ile ilişkili olarak anlam kazanmakta ve araştırma konusunu anlamlı kılmaktadır.

Ekonomik çeşitlenmeye vurgu yapan çalışmalarda ise çeşitlenmiş bir kentsel ekonomide benzer sektörlerde olan yerel firmaların birbiriyle kurdukları ilişkilerin artacağı ve bilgi dağılımının gerçekleşerek yeni bilgi ve yenilik üreteceği savunulmaktadır (Frenken ve arkadaşları 2007; Boschma ve Iammartino 2009). Frenken ve Boschma (2007) yaptıkları çalışmada, kent ve firma ölçeğinde yenilikçiliğin etkilerini modellemiştir. Bu modele göre kentsel ölçekte daha çok farklılaşma gösteren kentler daha az farklılaşma gösteren kentlere nazaran daha çok yenilikçilik

gerçekleştirmişlerdir. Bu görüş Jacobs dışsallıkları tartışması ile paralellik sergilemektedir. Çeşitliliğin başka bir avantajı ise daha çeşitli ürün portfolyosuna sahip firmaların ve kentlerin dışsal etkilere karşı daha az kırılabilir olmasıdır (Frenken ve Boschma 2007).

Frenken ve arkadaşları (2007) çeşitlilik ve ekonomik kalkınma üzerine olan ilişkinin çeşitlilik, bilgi yayılımı ve büyüme üzerine kurulu olduğunu belirterek yeni büyüme teorisine katkı yapmaktadırlar. Buna göre, bir sektördeki firmalar arası bilgi yayılımının sektörler arasında da gerçekleşebileceği vurgulanır ve bu sayede de ekonomik büyüme katkı sağlayacağı belirtilir (Jacobs 1967; Gleaser ve arkadaşları 1992).

Boschma ve Iammartino (2007) ise ne bölgesel çeşitliliğin ne de bölgesel uzmanlaşmanın inovasyonu desteklemediğini, bunun yerine yerel uzmanlaşmadaki ilgili çeşitliliğin daha etkili bir interaktif öğrenme ve inovasyona olanak sağladığını vurgulamışlardır. Bu bağlamda tanımlanan ilgili çeşitlilik kavramı geleneksel olan yerleşme ekonomileri ve Jacobs Dışsallıklarının ötesine geçmektedir.

İlgili çeşitlilik (related variety) Boschma ve Iammartino'nun (2007, 2009) tanımlarına göre birbiriyle ortak ve tamamlayıcı bilişsel yeterliliklerinden dolayı ilişkilere sahip olan endüstriyel sektörlerin bir araya gelerek oluşturduğu farklılıktır. Buna bir anlamda sektör-içi farklılaşma da denebilir. Yerel ekonomik aktivitelerde ilişkisel çeşitliliğin geliştirilmesi rekabetçi avantaj sağlamada önemli bir basamaktır. Ancak ilişkisel çeşitlilikle rekabetçi avantaj sektörler arasında bir bilişsel yakınlık varsa sağlanır. Etkin bir bilişsel işbirliğinin sektörler arasında bulunması da bu konuda önemlidir (Lazzeretti ve arkadaşları 2010). Bu nedenlerle "ilgili çeşitlilik" sektörler arasındaki bilgi transferi, yenilik ve yeterliliği içeren bir ilişki yapısına ve bir ilişkiselliğe gönderme yapmaktadır. Ancak burada vurgulanması gereken en önemli şey ilgili çeşitliliğin yenilik ve yenilikçilikle olan sıkı bağlantısıdır (Cooke ve Lazzeretti 2008). Birbiriyle ilişkili olan sektörlerin temel avantajı yakın sektörlerden yeniliği yüksek bir biçimde çekebilme kapasiteleridir.

Boschma ve Iammarino (2007; 2009) ilgisiz çeşitlilik (sektör-arası) farklılaşması ile ilgili olarak getirdiği tanımda, birbirini tamamlayıcı yetkinlikleri içermeyen sektörlerin bir araya gelerek oluşturduğu farklılık biçimi olduğunu belirtmişlerdir. Bu bir anlamda sektör-arası sektör-dışı farklılaşma olarak da ifade edilebilir. Ekonomik açıdan ilgisiz çeşitlilik birbiriyle girdi-çıkı ilişkilerine sahip olmayan sektörlerle alakalıdır. Bir bölgede geniş bir yelpazede yer alan birbiriyle dolaylı ilgili sektörlerin bir arada yer alması riski dağıttığı için bölgenin ekonomik gelişmesine olumlu katkılar yapabilmektedir. Bu nedenle, ilgisiz çeşitlilik sanayiye özgü olabilecek ekonomik krizlerin azalmasını sağlayarak, kentsel ve bölgesel ekonomiyi uzun vadede istikrarlı kılmada yardımcı olabilmektedir.

TURİZMDE FARKLILAŞMA OLGUSU

Turizm kentlerine rekabetçi avantaj sağlayan varlıklar farklılık göstermektedir. Bazı turizm kentleri sadece deniz-kum-güneş gibi tek bir doğal varlık üzerinden gelişimini sağlarken, diğer turizm kentleri birçok varlığın (doğal, tarihi, kültürel, estetik, kentsel hoşluk veren aktiviteler vs.) karışımı üzerinden sağlamaktadır. Bir önceki bölümde bahsedildiği üzere çok varlığa sahip olan kentlerin ekonomik büyüme açısından tek varlığa sahip olan kentlere kıyasla ekonomik olarak daha rekabetçi bir yapı göstereceği iddia edilmektedir (Jacobs 1967; Chen 2011). Bu kapsamda Copeland'ın (1991) çalışmasının turizmde uzmanlaşmanın o kentte yaratabileceği olumsuz etkilerin değerlendirilmesi açısından önemli olduğu söylenebilir. Copeland (1991) çalışmasında turizmde uzmanlaşma ile kente gelen yüksek miktarda turistin arazi ve ev fiyatlarını arttıracaklarını, yaratılan yüksek maliyeti karşılayacak olan büyük turizm firmalarının diğer sektörlerle bir rekabet içine girip kalifiye işgücünü kendilerine transfer edeceğini ve diğer sektörleri özellikle imalat sanayini kentten dışarı atacağını vurgulamaktadır. Sheng ve Tsui'nin (2009) Macao turizm kenti üzerine yaptığı çalışmada, turizmin aşırı şekilde uzmanlaşmasının diğer sektörleri nasıl olumsuz etkileyip işgücünü açıkta bıraktığı ve sonunda yarattığı sosyal çatışmaların uzmanlaş-

manın yaratacağı olumsuz sonuçları göstermesi açısından önemlidir. Sheng (2011) geliştirdiği modelde turizmle uzmanlaşmanın özellikle küçük kentlerde daha çok olumsuz etkiler yaratacağını belirtirken, büyük kentlerin de çok çeşitli sektörleri de barındırmasından dolayı turizmde uzmanlaşmanın çok olumsuz etkileri olmayacağını savunmaktadır.

Sadece turizmde uzmanlaşmanın değil, tek bir turizm türünde uzmanlaşmanın da tek bir doğal varlık üzerinden gelişimini sağlayan turizm kentlerinde varlığın yeniden üretilemez olmasından dolayı kırılabilirliğe sebep olabilecek olması önemli bir problemdir (Hirsch 1977). İlk olarak, bu mekânlara olan fazla talep baskısı turizm mekânlarının kalitesini azaltmaktadır. Her ne kadar bu baskıyı azaltmak için çoğunu dışta bırakan bölgeleme stratejileri geliştirilse de, bu durum fiyatların yükselmesine sebep olmakta ve sadece belirli bir kesimin bu alandan yararlanmasına imkân vermektedir. İkinci olarak ise tek bir varlığa dayalı turizm kentlerinin farklı hayat tarzlarına hitap etmedeki yetersizliği bu kırılabilirliğe zemin hazırlamaktadır. Son yirmi yıldır bu kapsamda turizm yazınında Fordist kitle turizmi döneminin sona erdiği ve pazarda farklılaşma yaratma ve niş pazarları bulmayı teşvik eden esnek uzmanlaşma üretimi dönemine girildiği belirtilmekte ve bu geçişle uyumlu olan farklı turizm türlerinin geliştirilmesi gerektiği savunulmaktadır (Poon 1990; Mullins 1991; Stamboulis ve Skayannis 2003). Bütün tüketici pazarlarında olduğu gibi turizmde de niş pazarları oluşturmak hem bu mekânlara görece farklılaşmışlık pozisyonu sağlamakta hem de bu turistlere kendilerini sınıf ve statü pozisyonu olarak farklılaştırma imkânı vermektedir. Sürekli olarak niş pazarı oluşturmaya yönelik turizm girişimcileri arttıkça da hizmeti ucuzlatmaya yönelik girişimcileri turizm mekânlarında nitelik ve ucuzluk arasında bir rekabete zorlamaktadır ki bu yarışta geri kalanlar ekonomik kilitlenme yaşamaktadır. Bu nedenle bazı girişimciler, farklı niş pazarları oluşturmaya çalışırken, diğerleri genellikle fiyat kırarak ayakta kalmaya çalışmakta ve bu nedenle ekonomik anlamda bir aynılığa sürecini üretmektedirler.

Aslında bir mekânın doğal güzelliği başlı başına bir monopollük durumu oluşturmaktadır. Mekândaki doğal güzelliklerin oluşturduğu bu monopollük başka bir yere kopyalanamadığından ötürü en çok turizm girişimcilerinin ilgisini çekmekte ve monopolistik kazançlar sağlamalarına fırsat vermektedir. Böyle bir varlığa sahip bir mekânı ilk keşfeden turizmciler Schumpeteryan bir tabirle gerçek yenilikçi girişimciler olup, daha önce başka birinin yapmadığı yeni bir birleşim yapmış olmaktadır. Ancak bu girişimcilerin monopol durumu geçicidir, çünkü pazara bu kârlılığı görüp etkilenen yeni bir kopyalayıcı girişimci kitle süreç içine girmeye başlamaktadır. Sonunda ise farklılığın yarattığı kârlılık ortamının kaybolduğu, aynılaşma sürecinin başladığı bir ekonomik homojenleşmeye, bir aynılaşmaya girilmektedir. Bu aynılaşma süreci kalite değil de fiyat üzerinden rekabetin ele alındığı bir sürece doğru kayışa işaret etmektedir. Ancak bu aynılaşma süreci hiçbir aktörün değişmek istemeyecekmiş gibi durağan bir şekilde devam edeceğinin göstergesi değildir. Schumpeter (1934) ve Braudel'in (1982) de dediği gibi hiçbir kapitalist kârlılığını azaltan tamamen rekabetçi bir ortamda yer almak istemez ve kârlılığını ve yarışabilirliğini arttıracığı yenilikçi yaklaşımlara yönelir. Bu nedenle, yeni turizm hizmetleri sunup, niş pazarlar üretmek gibi bir ekonomik farklılaşma yaklaşımı geliştirirler. Tabii ki sunulan bu farklılık da zaman içinde kopyalanarak aynılaşma sürecine girme tehlikesini her zaman barındırmaktadır.

Turizm alanyazınında ekonomik aynılaşma ve farklılaşma tartışması ekonomik coğrafyanın ele aldığı kavramsal çerçevede ele alınmasa da bir grup akademisyenin turizm kentlerinde uzmanlaşmanın sağlayacağı avantajlardan bahsettiği (Dwyer ve arkadaşları 2004; Higgins-Desbiolles 2006; Arezki ve arkadaşları 2009; Zhang ve Zhao 2009; Sheng 2010; Yang ve arkadaşları 2010) görülürken, diğer bir grubun uzmanlaşmanın bazı endüstrilerin kentten dışarıya itileceği (Brohman 1996; Sheng 2011) gibi olumsuz sonuçları tartıştığı, asıl olarak çeşitlenmenin turizm kentlerinin ekonomik sürdürülebilirliğini sağlamada önemli olacağını ifade ettikleri gözlenmektedir (Winter 2007; Wang ve Lee 2008; Farmaki 2012).

Bu ikililiğe sebep olan tartışma bazı turizm kentlerinde genelde şu şekildedir. Her ne kadar bir kentte turizm gelişmesiyle farklılaşma ilk başta oluşsa da zamanla bu farklılaşma turizmin daha da gelişmesiyle artan arazi fiyatlarının da etkisiyle küçük ve marjinal olan firmaların azalmasına sebep olmakta ve bu durum bazı turizm kentlerini aynılaşma sürecine girmesine neden olmaktadır. Örneğin, Londra'daki Camden Müzik Merkezi alanındaki dönüşüm bu değişime güzel bir örnektir. Camden Müzik Merkezi 1960-80 arası bir Hippi merkezi olup, bu özelliğinden dolayı turist çekmeye başlamıştır ve bu gelişmeyle beraber zamanla alanda farklılığı ve sıra dışılığı sağlayan mağazalar yok olmaya başlamışlardır. Turizm gelişimiyle birlikte alandaki sıra dışılığın azalarak daha tekdüze bir hale bürünmesini gösteren önemli bir örnektir.

Bu tekdüzelik ve aynılaşma kitle turizminin geliştiği ve egemen olduğu yerlerde de sıkça görülmektedir. Özellikle de büyük zincir otellerin pazara girmesi, sadece büyük firmaların ödeyebileceği bir arazi fiyat artışına neden olarak, alanda daha önce bulunan ya da oluşabilecek olan küçük ve farklı firmaların oluşumunu engellemekte ve bu durum hem mekânda hem de pazar ve hizmette bir aynılaşmaya sebep olabilmektedir. Büyük otellerin hakim olması pazarı yönlendiren büyük seyahat acentaları ve tur operatörlerinin de tercih ettiği bir şeydir. Büyük otellerin farklılaşmak adına getirdiği her şey dahil sistemi her ne kadar ilk başta bir farklılık getirirse de zamanla aynı alanda yer alan diğer büyük otellerin ve hatta daha farklı destinasyonlardaki daha küçük otellerin de bu uygulamayı kopya etmesi ile hizmet ve pazar da çoğu zaman bir aynılaşma sürecine girmektedir. Bunun tipik bir örneğini Antalya'da gözlemlemek mümkündür. Burada asıl önemli olan ise bu aynılaşma eğilimine çoğu firma girdikten sonra, aşırı doygunluğa da erişilmesiyle birlikte bu firmaların ekonomik olarak nasıl farklılaşma stratejileri geliştirebildiğidir.

Turizm Alanları Hayat Döngüsü (Tourism Area Life Cycles) modelinde turizm alanlarında ne zaman büyüme tepe noktasına ulaşırsa, o zaman yatırımcıların maliyeti düşürmek ve dokunulmamış kaynaklara ulaşış yeni bir eko-

nomik büyüme fırsatı yaratmak için yeni mekân arayışına girdikleri belirtilmektedir (Butler 2011). Bunun yanında, modelde bir tatil yöresinin taşıma kapasitesini aştığında, çektiği turist talebinin azalacağı ve dolayısıyla gözlenecek ziyaret, yatırım ve gelişmenin de azalacağı ve bu nedenlerle daha az yarışabilir hale geleceği belirtilmektedir. Böylelikle modelde yatırımcının turisti daha fazla alana çekecek çözümleri aramaya başlayacağı ve bu şekilde belirli bir süre için çekiciliğini sürdürebileceği vurgulanmaktadır.

Turizm yazınında farklılaşma meselesi turizm alanları hayat döngüsü dışında alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi, turizmin dört mevsime yayılması, sürdürülebilir turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik bir akım üzerinden turizm türünün farklılaştırılması üzerine odaklanmaktadır. Evrimsel ekonomik coğrafya yazınıyla paralel giden tartışmalar turizm yazınında sadece son birkaç yıl içinde tartışılmaya başlanmıştır. Evrimsel Ekonomik Teoriye turizm üzerinden tartışmaya başlayan yazın (Ma ve Hassink 2013; Brouder 2014) henüz ilişkili çeşitlilik kavramının turizmde nasıl ele alınması gerektiği üzerine ne teorik bir ele alış geliştirmiş ne de deneysel çalışmalarla henüz desteklemiştir. Antalya üzerine yapılmış bu çalışma ilgili alanda ilişkili çeşitlilik kavramının turizmde nasıl ele alınabileceği üzerine, hem teorik hem de deneysel anlamda tartışma bulgular içeren ilk çalışmadır.

YÖNTEM

Alan çalışması, turizm sektörünün Türkiye’de başı çeken kentlerinden biri olan Antalya kent merkezi kapsamında yapılmıştır. Kent merkezi üzerinden elde edilen birincil ve ikincil veriler yapılan nicel analizler üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada ilk aşamada il düzeyinde elde edilen ikincil veriler, Sanayi Ticaret Odası ve Sosyal Güvenlik Kurumu’ndan alınan 1990, 2000 ve 2012 yılları kapsamında tarihsel olarak sektör düzeyinde firmaların ve istihdam dağılımının değişimini on yıllık aralıklarla yorumlamak için elde edilmiştir. Böylelikle Antalya il düzeyinde ekonomik çeşitlenme eğilimi ve sektörel açıdan ortaya çıkan ve gerileyen sektörlerin analizi yapılabilmektedir. Bu kapsamda Herfindahl Çeşitlilik

Endeksi ve Shift-Share analiz teknikleri kullanılarak analizler yapılmış ve yorumlanmıştır.

İkinci aşamada ise turizm gelişimiyle ortaya çıkan turizm firmalarının ekonomik aynılılaşma ve farklılaşmasının firma düzeyindeki hayat buluş biçimleri ve düzeyleri, yazında bahsedilen ilgili çeşitlilik ve ilgisiz çeşitlilik kavramları ile ilişkisi üzerinden incelenmiştir. Bu kapsamda il düzeyinde yapılan çeşitlilik analiz bulgularının turizmde çeşitlenmede işaret ettiği aktörleri olan oteller, bu otellerle ilgili çeşitlilik bağlantısına sahip olan restoranlar, ilgisiz çeşitlilik anlamında bağlantısı olan kuyumcular ve turistik ticaret firmaları analiz birimleri olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda analizin ikinci aşamasında 2014 yılında analiz birimi olarak belirlenen 62’si otel, 152’si restoran, 126’sı kuyumcu ve 238’i perakende ticaret olan toplam 578 firmanın hata payı $z=0,10$ civarında toplam 189’una (35 otel, 54 restoran, 46 kuyumcu ve 50 turistik perakende ticaret firması) birebir yüz yüze anket uygulanarak bilgiler toplanmış ve nicel yöntemlerle oranlı çapraz tablo, ki-kare ve uyumluluk (correspondence) analizleri yapılmıştır. Bu makalede analiz bulgularının sadece sonuçlarının genel bir değerlendirmesini yapmak amaçlanmaktadır. Bu nedenle sayısal sonuçlara ve tablolara yer verilmemiştir.

BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında tanımlanan amaçlar doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilmektedir.

Antalya İl Düzeyinde Ekonomik Aynılılaşma ve Farklılaşma

Turizm sektörünün bir kentte baskın olmasıyla bir yandan turizmi destekleyici sektörlerin o kentte gelişip gelişmediğini, diğer yandan sektör-dışı bazı sanayilerin de kentte kaybolup kaybolmadığını sorgulamak üzere Antalya turizm kenti için il düzeyinde sektörler temelinde alınan istihdam ve işyeri sayısı verileri üzerinden yapılan analizlerde, yazında iddia edilen aksine, sektörel anlamında ekonomik bir farklılaşma sürecinin yaşandığını ve bunun da özellikle turizmi destekleyen, turizmle doğrudan ve dolaylı ilintili olan sektörlerin oluşumunda daha fazla gözlemlendiği saptanmıştır.

Analizlerde 1990 yılından günümüze turizm sektörü büyümesinin ekonomik büyümeye ve kentin rekabetçi avantajına olumlu yönde katkı yaptığı ortaya çıkmıştır. Özellikle turizm ve turizmle ilişkili sektörlerden konaklama, yiyecek içecek ve restoran hizmetlerinin gelişiminin kentte hem hızlı hem de rekabetçi bir nitelik gösterdiği shift-share analizi sonuçlarında görülmüştür. Antalya'daki turizm büyümesinin, hem turizmle ilgili sektörlerinin kentte artmasına neden olduğu gözlenmiş hem de turizmle ilgisi olmayan bazı imalat sanayii kollarında bir gerilemeye ve kentten geri çekilmeye sebep olduğu tespit edilmiştir. İmalat sanayiinin bazı kollarında, özellikle de tekstil ve benzeri türlerdeki işkollarında ciddi bir gerileme ve kentten çekilme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Kent düzeyinde belli bir sektörün baskın bir şekilde gösterdiği aşırı büyümenin kentteki diğer bazı sektörlerde gerilemeye sebep olması, daha önce ekonomik coğrafya yazınında bahsedilen kentten dışarı atılma etkisini Antalya turizm kenti örneğinde doğrular niteliktedir. Böyle bir gerilemenin Antalya turizm kentinde turizm ve turizmle alakalı, turizmi destekleyen sektörlerin gelişimini desteklerken, hizmet sektöründe uzmanlaşmayı da beraberinde getirdiği gözlenmektedir.

Ancak bazı sektörlerin kentten dışarı atılması, Antalya'da saf bir ekonomik aynılaşmaya sebep olmamış, mevcutta kentte hızla büyüyen sektörün kendi ile alakalı diğer yan sektörleri kentte çekerek bir anlamda ekonomik farklılaşmaya sebep olduğu shift-share analizi sonuçlarında görülmüştür. Antalya'da turizm sektörünün hızlı gelişimi ile birlikte kentte 1990'lardan itibaren sektörel anlamda turizmi destekleyen sektörlerin artarak çeşitlendiği ise herfindahl çeşitlilik analizi bulgularıyla da desteklenmiştir. Antalya için tüm sektörler için 1990 yılı baz alınarak yapılan herfindahl endeksi 0,33 iken 2000 yılında 0,27'ye 2012 yılı için 0,19'a gerilediği gözlenmiştir.

Bulgulara göre hem kentteki tüm sektörler için yapılan analizde endeks değerlerinde hem de sadece turizmle alakalı sektörlerin ele alınıp yapıldığı çeşitlenme analizinde ekonomik çeşitlenme endeks değerlerinde düşüş olduğu gözlenmiştir. Endeksteeki düşüş hem tüm sektörler bazında

Antalya kenti için bir ekonomik farklılaşmadaki artışa hem de sadece turizmle ilgili işkolları bazında ekonomik anlamda bir ekonomik çeşitlenmeye ve farklılaşmaya işaret etmektedir. Bu kapsamda konaklama firmaları ve yeme içme hizmet işkolları ve turizmle dolaylı alakalı işkolları ile ilgili ayrı olarak yapılan çeşitlilik analizi sonucu, son yirmi yıllık dönem için Antalya kentinde ekonomik anlamda bir farklılaşma eğiliminin olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Bu bulgular net bir biçimde turizmin baskın olduğu bir kentte bile sektörle doğrudan ve dolaylı ilgili işkollarının gelişiminin tetiklenebileceğini, ekonomik anlamda bir farklılaşma eğilimine girebileceğini göstermiştir. Antalya gibi ilk başlarda büyük yatak kapasitelerine ulaşma ve turizmi belli merkezlerde geliştirme adına turizm kalkınma planlarının yapıldığı bir kitle turizm merkezi haline getirilen kentte, zamanla turizmin kendi hizmetlerini başarıyla farklılaştırarak farklı işkollarının kentte gelişmesini sağlayabildiği görülmektedir.

Bu anlamda "tek varlık odaklı kentlerin daha az ekonomik fırsatlarının olduğu ve ekonomik anlamda aynılaştığı" iddiasının Antalya turizm kenti özelinde geçerli olmadığı ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar Antalya'da imalat sanayiinden bazı işkollarının kentte gerileme eğilimine girdiği gözlenirse de turizmle kentte ortaya çıkan uzmanlaşmanın yazında söylenenin aksinde sektörle ilgili ve dolaylı ilgili bazı işkollarının kentte oluşumunun ve gelişiminin teşvik edildiği ve ekonomik anlamda farklılaşmaya olumlu yönde katkıları yaptığı ortaya çıkarılmıştır.

Turizm Firma Düzeyinde Farklılaşma, İlgili ve İlgisiz Çeşitlilik

Bu bölümde, yazında bahsedilen ilgili çeşitlilik kavramının turizm sektöründe göstergesi bir turizm firmasının sektörle ilgili başka bir yatırımı veya firması olup olmaması ve sektörle ilgili personeli istihdam edip etmediği üzerinden ele alınarak değerlendirilmiştir. Böylelikle bir farklılaşma göstergesi olan yenilikçilik ile ilgili çeşitlilik kavramının ilişkisi, sektör içinden yatırım düzeyi ve istihdam düzeyi üzerinden deneysel olarak analiz edilmiştir.

>Turizm girişimcileri sektörle ilgili olan ekonomik aktivitelere sektörle dolaylı ilgili ekonomik aktivitelere kıyasla daha çok mu yatırım yapmaktadır? Bu nitelikte bir yatırım eğilimi daha fazla sektör içi ekonomik farklılaşma geliştirmeleri ile ilişkili midir?

Bulguların tüm firmalar için ve her bir firma türü (oteller, restoranlar, kuyumcular ve perakende ticaret firmaları) için ayrı olarak analiz edildiğinde değişiklik gösterdiği görülmüştür. Bu nedenle ilk olarak tüm firmalar sonra da diğer firmalar özelinde öne çıkan bulgular değerlendirilmektedir.

Her ne kadar Antalya'da turizm sektöründe bulunan firmaların yatırım düzeyi çok yüksek olmasa da ilgili sektörlerde yatırım yapan firmaların tamamının hem yenilikçilik hem de yenileme düzeyinde farklılık geliştirdiği gözlenmiştir. Sektörle dolaylı ilgili sektörlerde yatırım yapan turizm firmalarının ise yenilikçilik düzeyinde farklılaşmasının görece çok daha düşük olduğu gözlenmiştir. Tüm firmalar kapsamında ilgili ve ilgisiz çeşitlilik kavramları ile yenilikçilik ve yenileme türünde farklılaşma eğilimleri, sektörle ilgili yatırım yapma eğilimi ile farklılaşan ürün ve hizmet geliştirme arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu bulgu alanyazında iddia edilen ilişkiyi doğrular niteliktedir.

İlgili çeşitlilik ve firmada ekonomik anlamda farklılaşma ilişkisi sadece oteller üzerinden incelendiğinde, sektör içi ilgili firmalara yatırım yapan oteller ile ekonomik anlamda farklılaşma gösteren oteller arasında kuvvetli bir ilişkiyi göstermiştir. Sektör içi yatırım yapan, yani başka bir oteli daha olan otellerin büyük bir çoğunluğunun yenilikçi ürün ve hizmet geliştirdiği gözlenirken, hiçbir sektör içi yatırımı olmayan otellerin ise büyük bir çoğunluğunun herhangi bir yenilikçi ürün geliştirmede olduğu gözlenmiştir. Bulgu oteller özelinde olsa da sektör içi yatırımın sektör içi uzmanlaşmayı ve dolayısıyla farklılaşmayı tetiklemede ne kadar önemli olduğunu göstermiştir.

Restoranların büyük bir çoğunluğunun yatırım yapma eğiliminde olmadığı, ancak büyük çoğunluğunun farklılaşma eğiliminde olduğu gözlenmiştir. Sadece ilgili sektörlerde yatırım yapanlar incelendiğinde, tüm restoranların yüksek düzey-

de bir farklılaşma niteliği gösterdiği görülmüştür. Yenilikçi anlamda farklılaşan restoranların yaklaşık %40'ının sektörle ilişkili firmalara yatırım yapmakta olduğu, geri kalanının ise herhangi bir yatırımı olmadığı gözlenmiştir. Aynılaşan restoranlarda da benzer düzeyde düşük sektörel yatırım eğilimi olduğu görülmüştür. İstatistiksel analiz bulguları ise yenilikçi düzeyde farklılaşmayan, aynılaşan restoranların herhangi bir yatırımı bulunmayan firmalarla ilişkili olduğunu, yenilikçi olanların ise sadece sektörle ilişkili firmalara yatırımı olan firmalarla ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu bulgu yine restoranlar açısından da tanımlanan hipotezi destekler niteliktedir.

Kuyumcuların %80'inden fazlasının herhangi bir yatırımı olmadığını, yatırımı olan az bir kesiminin ise turizmden farklı sektörlerde yatırım yaptığı gözlenmiştir. Ancak kuyumcuların büyük bir çoğunluğunun yenilikçilik ve yenileme düzeyinde bir farklılaşma eğilimi içinde oldukları da göze çarpmıştır. Analiz bulguları sektörle ilgili olmayan firmalara yatırım yapan kuyumcuların daha farklılaşmış olduklarını göstermiş, farklılaşmayla ilgisiz sektörlerde yatırım arasındaki pozitif ilişkiye işaret etmiştir. Ancak kuyumcular için tanımlanan ilgisiz çeşitlilik ilişkisi, oteller ve restoran benzeri işletmelerle ilişkisini içermektedir. Bu aynı zamanda kuyumcuların her ne kadar sayı olarak az olsalar da turizmle ilgili sektörler olan otel ve restorana yatırım yapanların turizmde farklılaşma adına ilgisiz çeşitliliğin olumlu etkisini göstermiştir. Ancak yapılan uyumluluk analizi, toplamda daha çok yenilikçilik düzeyinde farklılaşan kuyumcularla sektörde yatırımı olmayan kuyumcular arasındaki güçlü ilişkiye dikkat çekmiştir.

Perakende ticaret firmalarında yatırım düzeyinin çok düşük olduğu gözlenmiş, farklılaşmış ürün üreten firmaların büyük bir çoğunluğunun herhangi bir yatırımının olmadığı gözlenmiştir. Yatırımı olan azınlık kesimin ise eşit oranda hem ilgili hem de dolaylı ilgili sektörlerde yatırımı olduğu gözlenmiştir. Aynılaşma eğilimi içinde olan firmaların ise her ne kadar çoğunluğunun herhangi bir yatırımı olmadığı gözlenirse de geri kalan azınlık kesimin ilgisiz çeşitlilik içeren sektörler olan otel ve restoranlara yatırımının ol-

duğu gözlenmiştir. Aslında bu durum bir kentte turizm gelişiminin dolaylı ilgili yatırımcının da turizm sektörüne yatırım eğilimini ve bu alandaki dinamiği ve olumlu etkiyi göstermektedir. Farklılaşma açısından zayıf nitelik sergileyen perakende ticaret firmalarından %23'ünün pasif bir nitelik sergileyen imitasyon ürünler satan firmalar olduğunu ve bunların hiçbirinin herhangi bir yatırımı olmadığı gözlenmiştir. Büyük bir çoğunluğunun ise yenileme yapma eğiliminde olduğu, ancak farklılaşma eğiliminde olmadığı gözlenmiştir.

Birbiriyle ilişkili olan sektörlerden (ilgili çeşitlilik) personel istihdamı, turizm firmalarındaki farklılaşma ile ne kadar ilişkilidir?

Araştırmanın temel amaçlarından olan ilgili çeşitlilik ve farklılaşma ilişkisini incelemek için turizm firmalarında çalışan personelin daha önce çalıştığı firmalar incelendiğinde, aynı firma türünden ve ilgili firma türünden gelen personelin hem sayı hem de oran olarak çok olduğu, turizm firmalarında farklılaşma düzeyinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, yazında bahsedilen benzer sektörlerde çalışan personelin taşıdığı ve transfer ettiği (gömülü) bilginin ekonomik farklılaşmayı teşvik etmedeki önemini destekler niteliktedir.

Bulgular farklı firma türleri için ayrı değerlendirildiğinde karşımıza farklı sonuçlar çıkmaktadır. Otellerde çalışan personelin geldiği iş kolu ve otelin farklılaşma düzeyi arasındaki ilişki değerlendirildiğinde; yenilikçi ürün geliştirmeyen daha çok aynılan otellerin sektör içinden personel çalıştırma konusunda bir kaygısı olmadığı, sektör içinden de sektör dışından da personel çalıştırdıkları görülmüştür. Yüksek düzeyde farklılaşmanın gözlemediği otellerde ise çalışanın hepsinin ilgili çeşitlilik sektörlerinden yani oteller ve restoranlardan geldiği gözlenmiş olup çoğunluğunun otel çıkışlı olması dikkat çekmiştir. Bu bulgu, ekonomik coğrafya yazınında tanımlanan ekonomik farklılaşma ve ilgili sektörler arasındaki bilgi taşınımı arasındaki olumlu ilişkiyi doğrulamaktadır. İlgili sektörlerin arasındaki bilişsel yakınlıktan kaynaklı olarak işgücünün bu sektörler arası kolaylıkla hareket etmesiyle bilginin taşınmasının ekonomik farklılaşmaya olum-

lu yönde katkı yapmış olduğunu çalışma oteller örneğinde göstermiştir.

Oteller için, her ne kadar aynı firma türünden gelen personelin olduğu otellerde daha fazla farklılaşan ürün geliştirmesine rağmen, restoranlarda durumun daha farklı olduğu görülmüştür. Restoranlar için daha önce daha çok restoranlardan gelen personelin değil de restoranlarla ilgili sektör ilişkisine sahip olan otelden gelen personelin çok olduğu restoranlarda daha çok yenilikçi düzeyde farklılaşan ürün ve hizmet geliştirildiği tespit edilmiştir. Özellikle Antalya örneğinde seçilen restoranların büyük bir çoğunluğunun farklılaşan restoranlar olduğu, çok küçük bir kısmının aynılanma eğiliminde olduğu gözlenmiştir. En yüksek düzeyde farklılaşan restoranların şeflerinin ve personelinin ise kentte kitle turizmine hizmet eden büyük otellerden gelmiş personeller, aşçılar ve şefler olması ilgili çeşitliliğin farklılaşma ile olan sıkı ilişkisini restoranlar örneğinde Antalya kenti için doğrular niteliktedir.

Kuyumcularda ilgili çeşitlilik içeren sektörlerden personel çalıştırma ve farklılaşma ilişkisi ile ilgili net bir yorum yapılamasa da görece daha fazla farklılaşan kuyumcuların daha çok aynı sektörlerden personel çalıştırdığı gözlenmiştir. Her ne kadar kuyumcularda aynı sektörden gelen personel çalıştırma eğiliminin baskınlığı gömülü bilginin farklılaşmaya dönüşümünü açıklasa da, kuyumculuk sektörü ile ilgisiz çeşitlilik ilişkisinde olan firmalardan (otel ve restoranlardan) gelen personelin de daha çok farklılaşan firmalarda yer seçmesi, bir kentte turizm gelişiminin diğer sektörlerdeki farklılığın gelişimine etkisini kuyumcular örneğinde zayıf da olsa gösterir niteliktedir.

Perakende ticaret firmalarında da kuyumcularda gözlenen sonuçla benzer şekilde bir aynı sektörden personel çalıştırma eğilimi saptansa da bu firmaların farklılaşma ile ilişkisi zayıf çıkmışken aynılanma ile ilişkisi daha güçlü görünmektedir. Her ne kadar sayıları çok az olsa da farklılaşan perakende ticaret firmalarının çoğunluğunun daha önce perakende ticaret firmalarında personel çalıştırmış firmalar olduğunu gözlenmekle birlikte, özellikle nitelikli işgücünü çalıştırma eğiliminde oldukları gözlenmiştir. Aynılanan, birbiri-

ni kopya eden perakende ticaret firmalarının ise daha çok kendisiyle aynı türde firmalardan personel çalıştırdığını gözlemlemiş olup, bu personelin herhangi bir farklılaşma çabası olmadığını ve sadece farklı ürünleri taklit etme eğiliminde oldukları gözlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Makalenin ilk amacıyla ilgili bulgular, turizm gelişimiyle Antalya'da her ne kadar tekstil gibi bazı imalat sanayi kollarının kentten dışa atıldığını gösterse de kentte saf bir ekonomik aynışmanın gözlenmediğini, 1990'dan bu yana hızla büyüyen turizm sektörünün kendi ile ilgili diğer yan sektörleri kente çekerek ekonomik anlamda farklılaşmayı tetiklediğini göstermiştir.

Ancak tek sektör odaklı kentlerle ilgili daha detaylı çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu çalışma tek sektör görece hakim olduğu bir örnek olan Antalya kenti üzerinden iddiaları tartışmıştır. İleride yapılacak olan çalışmalarda farklı türdeki turizm kentlerinde durumun ne olduğu analiz edilerek karşılaştırmalı çalışmalar yapılarak bulgular derinleştirilip yazına farklı katkılar yapılabilir. Tek varlık odaklı turizm kentleri ile çok varlıklı turizm kentleri kıyaslanarak bulguların farklılaşp farklılaşmadığı ve bu anlamda farklı nitelikteki turizm kentlerindeki durum, daha detaylı olarak incelenebilir. Bunun yanısıra benzer ilişki yalnız turizm odaklı olan kentlerde değil, farklı sektörden tek sektör odaklı büyüyen kentler (örneğin imalat sanayi kentleri, tarım kentleri, üniversite kentleri vs.) için de analiz edilebilir ve bulgular karşılaştırılabilir. Ancak bu şekilde yazında vurgulanan tek sektör odaklı kentlerdeki ekonomik aynışma ve farklılaşma tartışması daha detaylı bir şekilde kavranabilir.

Makalede belirlenen diğer amaç, kentteki hızlı turizm büyümesinin zamanla turizm aktörlerini ürünlerini farklılaştırmaya teşvik edip etmediğini, ekonomik farklılaşmayı sağlayıp sağlamadığını, eğer sağlıyorsa ekonomik farklılaşma anlamında sektör-İçi ve sektör-dışı ilişki biçimleriyle ne kadar ilintili olduğunu ortaya çıkarmaktır. Bu iddia, ilgili firmalar düzeyinde yapılan ayrı değerlendirmeye sonuçları her ne kadar firmalarda düşük düzeyde bir yatırım eğilimine işaret etse

de özellikle otel ve restoranlar için sektörle doğrudan ilişkili firmalara yatırımla yüksek düzeyde farklılaşma arasındaki ilişki net bir biçimde ortaya çıkarılmıştır. Kuyumcularda ve perakende ticaret firmalarında ise yine benzer şekilde yatırım eğilimi çok düşük olsa da diğerlerinden farklı olarak sektörle dolaylı alakalı firmalara olan yatırım eğilimi (yani kuyumculuk ve perakende ticaret ile dolaylı alakalı olan otel ve restoranlara yatırım) ilgisiz çeşitlilik ile farklılaşma arasındaki ilişkiye işaret etmiş, yazında iddia edilen ilgisiz çeşitlilik ve farklılaşma arasındaki ilişkinin turizm kentleri özelinde bir örneğini bu anlamda göstermiştir.

İlgili çeşitlilik ve farklılaşma arasındaki ilişkiyi personel çalıştırma üzerinden değerlendiren araştırma bulguları, oteller ve restoranlar için ilgili çeşitlilik ilişkisi içeren sektörlerden personel çalıştırma eğiliminin daha fazla olduğunu göstererek, farklılaşma ile ilişkisi net bir biçimde açıklamıştır. Kuyumcular ve perakende ticaret firmalarında bu belirleyicilik net olarak gözlenmemiş olup, daha çok aynı sektörden personel çalıştırma eğiliminin farklılaşma ile ilişkisinin zayıf olduğunu göstermiştir.

Otel ve restoranlarda farklılaşma ile ilgili çeşitlilik ilişkisi daha belirleyiciyken, ilgisiz çeşitlilik ilişkisi olan firmalarla olan ilişki daha az belirleyici olduğu görülmüştür. Kuyumcular ve perakende ticaret firmalarında farklılaşma görece daha düşük düzeyde gözlenirse de farklılaşan firmalarda ilgisiz çeşitlilik ilişkisi kurma eğiliminin daha belirleyici olduğu gözlenmiştir.

Bulgular sektörde bilgi transferinin firmaların ekonomik olarak farklılaşmasında ne kadar önemli olduğunu dolaylı bir biçimde göstermiştir. Bu nedenle özellikle turizm sektöründe çalışanların eğitiminin ve nitelikli işgücünün geliştirilmesinin ekonomik farklılaşmayı ve rekabetçiliği sağlamaya yönelik önemli olduğunu göstermektedir. Bunun dışında kentte turizmin olumlu etkisini, ekonomik anlamda farklılaşmasını ve rekabetçiliğini arttırmaya yönelik olarak turizm sektörü ile ilgili ve dolaylı ilgili sektörlerle yatırımın önemi konusunda girişimcileri katılımcı bir yaklaşımla plan politika ve stratejilerde bilgilendirmek ve katılımını sağlamak gerekmektedir.

Bu kapsamda farklı işgücü eğitim, girişimci destek programları ve teşvik türlerinin geliştirilmesiyle turizm sektörü gelişiminin olumlu, rekabetçi ve yaratıcı etkileri arttırılabilir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışma TÜBİTAK tarafından 1001 Projesi (Proje No:112K443) kapsamında desteklenmiştir. Desteklerinden ötürü TÜBİTAK'a teşekkürü bir borç bilirim.

KAYNAKÇA

- Arezki, R. Cherif, R. ve Piotrowski, J. (2009). *Tourism Specialization and Economic Development: Evidence from the UNESCO World Heritage List*, IMF Working Paper, 09/176.
- Braudel, F. (1982). *The Wheels of Commerce*. Londra: Collins.
- Boschma, R. ve Iammarino, S. (2007). *Related Variety and Regional Growth in Italy*, SPRU Electronic Working Paper Series, 162.
- Boschma, R. ve Iammarino, S. (2009). Related Variety, Trade Linkages, and Regional Growth in Italy, *Economic Geography*, 85 (3): 289-311.
- Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism for Third World Development, *Annals of Tourism Research*, 23 (1): 48-70.
- Brouder, P. (2014). Evolutionary Economic Geography and Tourism Studies: Extant Studies and Future Research Directions, *Tourism Geographies*, 16 (4): 540-545.
- Butler, R.W. (2011). *Tourism Area Life Cycles, Contemporary Tourism reviews*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- Chen, A.G. J. (2011). Urbanization in China and The Coordinated Development Model-The case of Chengdu, *Social Science Journal*, 48 (3): 500-513.
- Cooke, P.N. ve Lazzeretti, L. (2008). *Introduction Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Copeland, B.R. (1991). Tourism, Welfare and Deindustrialization in a Small Open Economy, *Economica*, 232 (58): 515-529.
- Corden, W.M. (1984). *Booming Sector And Dutch Disease Economics - Survey And Consolidation*, Oxford Economic Papers-New Series, 36 (3): 359-380.
- Dwyer, L. Forsyth, P. ve Spurr, R. (2004). Evaluating Tourism's Economic Effects: New and Old Approaches, *Tourism Management*, 25 (3): 307-317.
- Farmaki, A. (2012). A Supply-Side Evaluation of Coastal Tourism Diversification: The Case of Cyprus, *Tourism Planning and Development*, 9 (2): 183-203.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Frenken, K. ve Boschma, R.A. (2007). A Theoretical Framework for Evolutionary Economic Geography: Industrial Dynamics and Urban Growth as a Branching Process, *Journal of Economic Geography*, 7 (5): 635-649.
- Frenken, K. Van Oort, F. ve Verburg T. (2007). Related Variety, Unrelated Variety and Regional Economic Growth, *Regional Studies*, 41 (5): 685-697.
- Glaeser, E.L. Kallal, H.D. Scheinkman, J.A. ve Shleifer, A. (1992). Growth in Cities, *The Journal of Political Economy*, 100 (6): 1126-1152.
- Goldstein, G.S., ve Gronberg, T.J. (1984). Economies of Scope and Economies of Agglomeration, *Journal of Urban Economics*, 16: 91-104.
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More Than an "Industry": The Forgotten Power of Tourism as a Social Force, *Tourism Management*, 27 (6): 1192-1208.
- Hirsch, F. (1977). *Social Limits to Growth*. Londra: Routledge and Kegan Paul.
- Hobson, J.S.P. (1994). Growth of Tourism in East Asia and the Pacific, *Tourism Management*, 15 (2): 150-156.
- Jacobs, J. (1967). *The Economy of Cities*. Harmondsworth: Penguin.
- Lazzeretti, L. Capone, F. ve Cinti, T. (2010). The Regional Development Platform and "Related Variety": Some Evidence from Art and Food in Tuscany, *European Planning Studies*, 18 (1): 27-45.
- Ma, M. ve Hassink, R. (2013). An Evolutionary Perspective on Tourism Area Development. *Annals of Tourism Research*, 41: 89-109.
- Mullins, P. (1991). Tourism Urbanization, *International Journal of Urban and Regional Research*, 15 (3): 326-342.
- Polèse, M. (2010). *The Wealth and Poverty of Regions: Why Cities Matter*. Chicago: University of Chicago Press.
- Poon, A. (1990). Flexible Specialization and Small Size: The Case of Caribbean Tourism, *World Development*, 18 (1): 109-123.
- Romer, P.M. (1987). Growth Based on Increasing Returns Due to Specialization, *American Economic Review*, 77 (2): 56-62.
- Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Boston: Harvard University Press.
- Sheng, L. (2010). Competing or Cooperating to Host Mega Events: A Simple Model, *Economic Modelling*, 27 (1): 375-379.
- Sheng, L. (2011). Specialisation versus Diversification: A Simple Model for Tourist Cities, *Tourism Management*, 32 (5): 1229-1231.
- Sheng, L. ve Tsui, Y. (2009). Casino Boom and Local Politics: The City of Macao, *Cities*, 26 (2): 67-73.
- Staber, U. (1997). Specialization in a Declining Industrial District, *Growth and Change*, 28 (4): 475-495.
- Stamboulis, Y. ve Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism, *Tourism Management*, 24 (1): 35-43.
- Wang, H.-J. ve Lee, H.-Y. (2008). How Government-Funded Projects Have Revitalized Historic Streetscapes – Two Cases in Taiwan, *Cities*, 25 (4): 197-206.
- Wijnbergen, S.V. (1984). The 'Dutch Disease': A Disease After All?, *The Economic Journal*, 373 (94): 41-55.
- Winter, T. (2007). Rethinking Tourism in Asia, *Annals of Tourism Research*, 34 (1): 27-44.
- Yang, Z. Cai, J. ve Sliuzas, R. (2010). Agro-Tourism Enterprises as a Form of Multi-Functional Urban Agriculture for Peri-Urban Development in China, *Habitat International*, 34 (4): 374-385.



Hilal ERKUŞ-ÖZTÜRK

Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü'nden mezun oldu (2001). Bütünleşik Doktora (Yüksek Lisans ve Doktora) derecesini Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nden Şehir ve Bölge Planlama dalından aldı (2008). Doktora sonrası araştırmasını Amsterdam Üniversitesi'nde tamamladı (2009-2010). Akdeniz Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2010). Doçentlik unvanını Şehir ve Bölge Planlama alanında aldı (2013). Halen Akdeniz Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları kentsel ve bölgesel kalkınma, bölgesel ekonomik coğrafya, turizm coğrafyasıdır.

Rekreasyon Faaliyetlerine Katılan Kişilerin (Rekreasyonistlerin) Örtük Liderlik Algıları

Implicit Leadership Perceptions of People (Recreationists) Who Participate in Recreation Activities

Meryem AKOĞLAN KOZAK*, Çağdaş AYDIN**, Ceren AYDIN***

* Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Tepebaşı, Eskişehir.

E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0577-1843

** Araş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Tepebaşı, Eskişehir.

E-posta: cagdasaydin@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3194-4218

***Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Tepebaşı, Eskişehir.

E-posta: cerendiktas@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8325-5743

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 17 Kasım 2016

Düzeltilme: 17 Ocak 2017

Düzeltilme: 14 Şubat 2017

Kabul: 17 Şubat 2017

Anahtar sözcükler: Liderlik, Örtük liderlik, Rekreasyon, Rekreasyonel liderlik, Rekreasyonist.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 17 November 2016

Resubmitted: 17 January 2017

Resubmitted: 14 February 2017

Accepted: 17 February 2017

Key words: Leadership, Implicit leadership, Recreation, Recreational leadership, Recreationalist.

ÖZ

Bu çalışmada, farklı rekreasyon aktivitelerine katılan rekreasyonistlerin örtük liderlikle ilgili algılarının belirlenmesine çalışılmaktadır. Çalışmanın sonuçları, rekreasyon aktivitelerinde liderlik yapan bireylerin, rekreasyonistlerin beklentileri doğrultusunda liderlik sürecini planlayabilmeleri açısından önemlidir. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Veriler, 05.07.2016 ile 20.10.2016 tarihleri arasında "rekreasyon" ve "boş zaman" ismiyle oluşturulan sosyal medya gruplarından anket tekniği ile elde edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde, faktör analizi, tek yönlü varyans analizi ve T testinden yararlanılmıştır. Örtük liderlik algısına yönelik faktörlerin belirlenmesinde alanyazından sağlanan; beceriklilik, duyarlılık, kişisel ahlak ve güç faktörleri kullanılmıştır. Örtük liderlikte, başta beceriklilik faktörü olmak üzere sırasıyla duygusallık, kişisel ahlak ve güç faktörlerinin önemli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, açık ve kapalı alan aktivitelerine katılan rekreasyonistlerin beceriklilik, duyarlılık ve kişisel ahlak faktörlerinde, kadın ve erkek rekreasyonistlerin beceriklilik, kişisel ahlak ve güç faktörlerinde ve eğitim durumuna göre rekreasyonistlerin ise beceriklilik, duyarlılık ve güç faktörlerinde farklılaştığı gözlenmiştir.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the perceptions of recreationalists who attend to different recreational activities on implicit leadership. The results of the study are important for the individuals who lead the recreational activities to plan the leadership process in the direction of the recreationalist's expectations. The quantitative research method was performed and the survey technique was used for data collection. The questionnaires were collected from different activity groups in the social media entitled "recreation" and "leisure time." The data were collected by sending survey questionnaire to social media and receiving the answers during a specified period between 05.07.2016 and 20.10.2016. Factor analysis, one way analysis of variance and T test were applied for analyzing the data. Factors such as versatility, sensitivity, personal morality, and strength are used in determining the implicit leadership perception. It has been concluded that sensitivity, personal morality, strength factors as well as versatility factors are important in the implicit leadership. It has also been observed that recreationalists who participate in outdoor and indoor activities differ in their versatility, sensitivity, and personal morality factors. While male and female recreationalists differ in versatility, personal ethics and power factors, they also differ in their versatility, sensitivity and power factors according to their educational background.

GİRİŞ

Günümüzde kişilerin artan boş zamanlarına ve rekreasyon aktivitelerine yönelik talebine bağlı olarak çeşitli rekreasyon organizasyonları ve aktiviteleri de hızla artmaktadır. Profesyonel hale gelen bu faaliyetlerin yönetimi için motive edici ve yönlendirici liderlere olan gereksinim de her

geçen gün artmaktadır. Boş zaman aktivitelerinin bir lider tarafından yönlendirilmesi rekreasyon aktivitelerinin doğru ve sağlıklı yapılması yanında, toplumsal sermaye rolünün de yerine getirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu aşamada gerçekleşecek liderlik başarısı ise içinde bulunulan duruma, rekreasyonistlerin profiline, aktivite

uzmanlığına (Little ve Watkins 2004) ve liderin grup tarafından kabul görmesine bağlıdır (Jordan 1989). Liderin, grup üyeleri tarafından kabul görülebilmesi için liderin özelliklerinin ve davranışlarının, grup üyelerinin zihnindeki lider ile örtüşmesi gerekmektedir. Bu durum, örtük liderlik olarak ifade edilmektedir (Epitropaki ve Martin 2005: 660). Söz konusu durum, lider ve grubun olduğu her yerde gerçekleşmesi beklenen, psikolojik bir süreç olarak bilinmektedir. Rekreasyonel aktivitelerde örtük liderlik algısının ele alındığı örneklerin sayıca çok sınırlı olması bu çalışmanın konusunun, rekreasyonel liderlerle ilgili olarak yapılmasını gündeme getirmiştir. Bu durum, rekreasyonel liderlik çalışmalarının ivme kazandığı günümüzde, rekreasyonel liderlerin izleyicilerinin ya da rekreasyonistlerin zihninde nasıl bir imaja sahip olduklarının belirlenmesi ve sonuçlara göre rekreasyonel liderlik sürecinin oluşturulması bakımından önemlidir.

Örtük liderlik ile ilgili yapılan çalışmalar genellikle grup izleyicilerinin liderleri hakkındaki algılarına dayalı olarak gerçekleştirilmektedir (Koommoo 2008: 8-9). Bu bağlamda gerçekleştirilecek bu çalışmanın da örtük liderlik kuramına, özellikle rekreasyonel liderlik örneğinde önemli katkılar sağlaması beklenmektedir. Ayrıca, elde edilecek sonuçlar rekreasyonel liderlik, lider üye ilişkisi değerinin artırılması, grup ilişkilerinin grup beklentilerine göre yönetilmesi ve uygun liderlik rolünün sergilenmesi konularında sağlayacağı pratik sonuçları bakımından da önemlidir.

Araştırma, nicel araştırma yaklaşımıyla kurgulanmış, veriler anket aracılığıyla elde edilmiştir. Bu çalışmada, rekreasyon gruplarındaki katılımcıların (rekreasyonistlerin) lider beklentileri ve rolleri hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi yanında, rekreasyon aktivitelerine katılanların örtük liderlikle ilgili önceliklerinin (faktörlerin) neler olduğu, aktivite türüne, eğitime, cinsiyete, yaşa ve gelire göre örtük liderlik algısında herhangi bir farklılaşma olup olmadığı yolunda bulgulara ulaşılması da amaçlanmaktadır.

Rekreasyonel Liderlik Yaklaşımları

Alanyazın incelendiğinde, rekreasyonel liderlikle ilgili ilk çalışmaların 1920'li yıllarda başladığı

görülmektedir. Ulaşılabilen ilk çalışma ise toplumda ve kiliselerde rekreasyonel liderlik üzerinedir (Powell 1923). Bu çalışmada rekreasyonel liderin görevleri; bireylerin sağlıklarını ve kas kontrollerini iyileştirmek, arkadaşlık kurma ve iş birliği yapabilmelerine olanak tanıyan sosyalleşme yönlerini güçlendirmek, yapmaktan zevk aldıkları ilgi alanlarını genişletmek, yeteneklerini geliştirmek, tanrıya olan sevgilerini artırmak ve yaşamdan zevk almalarını sağlamak olarak belirtilmiştir. 1950'li yıllara gelindiğinde, çalışmalar rekreasyonel liderin rollerine, aktivite planlamasına, ekipman hazırlığına ve aktivitenin yönetilmesi üzerine yoğunlaşmaya başlamıştır (Corbin 1953 ve Forsberg 1955'ten aktaran Long vd. 2001: 7). 1970'li yıllardan sonra yapılan rekreasyonel liderlikle ilgili çalışmalarda ise takipçi ile lider etkileşimi konuları ele alınmaya başlanmıştır (Danford ve Shirley 1970; Kraus ve Bates 1975). Bu amaçla lider ve takipçi arasındaki etkileşimin öğrenilmesi için bir model oluşturma (Phipps 1984: 171), lider ve takipçi arasındaki etkileşimin bazı demografik değişkenlere göre değerlendirilmesi (Ewert 1992) ve rekreasyonel liderlik ile grup dinamikleri (Irwin ve Phipps 1994; Kozak ve Yüncü 2008) gibi konulara ilginin arttığı görülmektedir. 1980'li yıllara gelindiğinde çalışmaların takipçileri göz ardı ederek yalnızca liderin sahip olması gereken özellikler üzerinden yapıldığı; liderin açık alanda hayatta kalabilme, medikal teknik bilgi (Green 1981), dürüstlük, ileriye görme ve teşvik etme (Kouzes ve Posner 2006), teknik, güvenlik, çevresel, eğitsel ve karar alma yetenekleri (Priest ve Gass 2005: 3) gibi özelliklerinin yanında, birçok farklı özelliklere sahip olması gerektiği belirlenmiştir. 1980'li yıllardan sonra modern liderlik yaklaşımları benimsenmiş ve algıya dayalı liderlik anlayışı gündeme gelmiştir (Foti, Fraser ve Lord 1982). Ancak örgütlerde liderlik üzerine yapılan çalışmalarda sıkça ele alınan algıya dayalı liderlik anlayışının, henüz rekreasyonel liderlik bağlamında yeterli kadar ele alındığı söylenemez.

Rekreasyonel liderliğin kimi zaman felsefi yaklaşımlarla ele alındığı da görülmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki, Natüralizm'dir. Natüralizm, bireyi toplumdan daha önemli görür. Bireyin kendi eğitimine önem vermesinin ve katıldığı ak-

tiviteyi öğrenmesinin önemini vurgulamaktadır (Lumpkin 1990). Natüralizm yaklaşımına göre rekreasyonistin katıldığı aktivitelerde yaptığı her bir davranışın doğal bir sonucu vardır. Bu doğal sonuçlar rekreasyonisti yaşama hazırlar (Cowell ve Welman 1963'ten aktaran Ağaoğlu ve Boyacı 2013: 4). Aktivite sırasında rekreasyonistin karşılaşabileceği durumlar liderler tarafından anlatılmalıdır. Örneğin, katılımcının oyun oynarken sert oynarsa sakatlanabileceği veya bir dağa tırmanış esnasında kurallara uymadığı takdirde tehlikeli durumlar içinde olabileceği gibi. Liderin bu rolü Little ve Watkins (2004: 83-88) tarafından yapılan çalışmada faaliyetlerin anlaşılması açısından liderlik rolü ile benzerlik göstermektedir. Faaliyetlerin anlaşılması bakımından liderlik, takipçilerinin aktivite sonunda geniş bir algı ve öğrenmeye sahip olmalarını beklemektedir. Bu liderler aktivite içinde takipçilerinin her bir davranışının sonuçlarını açıklayarak katılımcı gruplar oluşturmayı isterler.

Rekreasyonel liderlikte diğer bir felsefi yaklaşım Realizm'dir. Realizm, doğa kanunlarını yorumlayarak gerçeğe ulaşma çabasıdır. Realist yaklaşıma göre rekreasyonun rolü gerçeği aramak, keşfetmektir. Bu da ancak lider ile gerçekleşebilmektedir. Öyle ki, realist lider öğrenmenin ve keşfetmenin devamlı olmasını sağlarken aktivite içinde rekreasyonistlere öğretilen bilgilerin yaşamın diğer alanlarında kullanılabilmesini sağlar (Lumpkin 1990). Liderlerin rekreasyonistlere öğrettikleri bilgilerin rekreasyonistler tarafından yaşamın diğer alanlarında kullanılabilmesi, liderin dönüştürücü liderlik tarzını benimsemesiyle gerçekleşir. Tichy ve Devanna (1990) dönüştürücü liderin bulunduğu örgütte veya takipçilerinde bir değişim yaratması gerektiğini belirtmiştir. Dolayısıyla, rekreasyonistlerin öğrendikleri bilgileri yaşamın diğer alanında benimseyip kullanması, rekreasyonistler üzerinde bir değişim yaratması, liderin dönüştürücü rolü ile ilgilidir. Little ve Watkins (2004) çalışmalarında liderin bu rolünden, değişimi kolaylaştıran lider olarak bahsetmektedir. Değişimi kolaylaştıran liderlik tarzını benimseyen lider, rekreasyonistlerin bireysel değişimini teşvik eder ve onlar için rekreasyon faaliyetlerinin, rekreasyon davra-

nışının ötesinde bir anlayışa dönüşmesini hedefler (Little ve Watkins 2004).

Pragmatist yaklaşımda rekreasyon, rekreasyonistlerin ve toplumun sosyal verimliliğini geliştirmeyi amaçlar. Liderin rekreasyonistlerin gereksinimlerine ve ilgilerine göre hareket etmesi, rekreasyonistlerin sosyal verimliliğini artırır. Lider üye merkezli davranarak, rekreasyonistlerin daha fazla aktiviteye katılmasını sağlar. Grup ile yapılan aktiviteler bireylerarası becerilerin gelişmesine olanak tanır (Lumpkin 1990). Pragmatist yaklaşımın bu sosyal sorumluluk işlevi, rekreasyon teorisi içinde yer alan bireysel ve toplumsal olarak rekreasyon teorisi içinde ele alınabilir. Bu teoriye göre rekreasyon, bireylerin ve toplumların iyiliği için yüksek ahlak ve sosyal değerler standardına ulaşmada bir zorunluluktur (Torkildsen 2005: 53). Rekreasyon liderinin yönetim liderinden ayıran en önemli özelliği, rekreasyon liderinin toplumsal sermaye yaratma rolüdür (Pruijt 2002). Bu da ancak liderlerin, rekreasyonistlerin yeteneklerini geliştirmesini sağlaması ile mümkündür.

Lider ve rekreasyonistler arasındaki etkileşimde algılar yapısal bir harçtır. Bu yapısal harcı oluşturan faktör ise lider ve takipçi arasında gerçekleşen dinamik algılardır. Liderliğin, lider konumundaki bireyin o andaki durum içinde kendisine ve takipçilerin lidere ilişkin algılarının etkileşimi sonucu gerçekleşmektedir. Bir liderin gücü, bu algıya sahip kitlenin büyüklüğü ve algının şiddetiyle doğru orantılıdır. Takipçilerin lider algısı; dini değerlerinden, kültürel değerlerinden ve kişisel tecrübelerinden etkilenecek oluşur. Bunun sonucunda takipçiler, potansiyel liderlerine liderlik vasfı yükler. Buna yükleme teorisi denir (Tabak, Şeşen ve Türköz 2012: 122- 257). Calder'a (1977) göre takipçilerin potansiyel liderlerine, lider yüklemesini yapabilmesi ise zihinlerindeki lider ile potansiyel liderin örtüşmesi ile gerçekleşir (Epitropaki ve Martin 2005: 660). Örtük liderlik olarak adlandırılan bu yaklaşım aslında, algıya dayalı tüm liderlik yaklaşımlarına dayanak oluşturan bir bakış açısidir ve takipçilerin liderlerden beklentilerini, zihinlerinde var olan model ile karşılaştırmalarına olanak verir. Kişilerdeki bu hazır bilgilerle değerlendirme yapma ve var

olan ile karşılaştırma ise incelenen konuyu örtülü olandan ortaya çıkarma gibi gerçeklik gösterir.

Örtük Liderlik

Rosch'un 1978 (Aktaran; Tabak, Şeşen ve Türköz 2012: 118) yılında ortaya attığı kategorizasyon teorisini liderlik alanında uygulayan Lord, Foti ve De Vader (1984: 344) bireylerin zihninde yer alan kategorilere göre çevresindeki kişileri lider olan veya lider olmayan şeklinde tanımladıklarını belirtmişlerdir. Lord, Foti ve De Vader (1984) liderlik kategorizasyon modelini üç seviyeden oluşan bir yapı içinde açıklamaktadır. Hiyerarşik yapıda en üst seviye olarak nitelenen birinci basamak, algılayıcıların lider olan veya olmayan ayrımını yaptığı basamaktır. İkinci basamak ise temel düzey olarak adlandırılmıştır. Bu düzey, birinci düzeye göre daha az kapsayıcı olmasıyla beraber birçok farklı alandaki liderleri temsil ettiğinden (iş, askeri, politik gibi) bu alanlardaki liderlere yönelik en belirgin detayları kapsamaktadır. Üçüncü basamakta ise alt seviye kategoriler bulunmaktadır. Bu seviyede temel düzeydeki liderlik türlerinin daha özel türleri (politik lider, muhafazakâr lider gibi) yer almaktadır. Liderlik kategorizasyon teorisiyle takipçilerin zihinlerinde yer alan bilgiler bir başka teori olan yükleme (atıf) teorisiyle lidere atfedilir. Calder'ın (1977) yüklemeye yaklaşımında liderliğin oluşabilmesi için potansiyel liderin, takipçilerin belirli beklentilerini karşılayacak davranışlar sergilemesi gerektiği vurgulanmıştır. Böylece, takipçi potansiyel liderini izleyecek ve kendi beklentileriyle uygun olduğu takdirde potansiyel lideri, lider olarak kabul edecektir (Lord ve Maher 2002: 50). Dolayısıyla, örtük liderliğin kategorizasyon ve yüklemeye teorilerinin sonrasında ortaya çıktığı söylenebilir.

Örtük liderlik üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında çalışmaların, demografik değişkenler (Singer 1990; Van Emmerik vd. 2008), kültürel farklılıklar (Gerstner ve Day 1994; Dorfman vd. 1997) ve kişisel özellikler (Keller 1999) üzerine yapıldığı görülmektedir. Cinsiyete göre örtük liderlik algısının farklılaşp farklılaşmadığını ele alan çalışmalar incelendiğinde, kadınlara göre etkili liderliğin ortaya çıkabilmesi için liderin

çalışma ortamında olumlu koşullar yaratması gerektiği düşüncesi ortaya çıkarılmıştır (Singer 1990). Benzer bir biçimde Paris'in 2004 yılında örtük liderlik algısı ile cinsiyet arasındaki ilişkiyi incelemek üzere 17 ülkeden veriler topladığı çalışmada, kadınların erkeklere oranla liderlerde katılımcılık özelliğine daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir. Amerika'da araştırma yapan Offerman, Kennedy ve Wirtz (1994) katılımcılardan liderlerin ve üstlerin özelliklerini sıralamalarını istemiş ve toplamda 160 özellik elde etmişlerdir. Araştırmacılar elde ettikleri 160 özelliği 41 özellik altında toplamışlardır. Sonuç olarak araştırmacılar, örtük liderlik üzerine bir ölçek geliştirmiş ve bu ölçekte hassasiyet, adanmışlık, karizma, zorbalık, çekicilik, zeka, güç ve erkeksilik olmak üzere sekiz faktör elde etmişlerdir. Farklı meslek gruplarında örtük liderlik modelinin genelleştirilebilmesi üzerine araştırma yapan Epitropaki ve Martin (2004) Offermann ve arkadaşlarının (1994) çalışmasını temel alarak daha kısa bir örtük liderlik teorileri skalası geliştirme yoluna gitmişlerdir. Nitekim araştırmacılar, yönetsel kademe, teknik kademe, büro işçisi ve satış departmanında çalışanlardan 21 tane örtük lider özellikleri elde etmişlerdir. Araştırmacılar Offerman, Kennedy ve Wirtz (1994) çalışmasından farklı olarak faktörleri, liderlik prototipi ve anti-prototip olarak ayırmışlardır.

Liderlik prototipi özelliklerini duyarlılık, zekâ, adanmışlık, dinamiklik; anti-prototip liderlik özelliklerini ise zorbalık ve erkeksi güç faktör yapıları olarak belirlemişlerdir. Amerika'da örtük liderlik üzerine yapılan çalışmalarda liderle ilgili özelliklerde güç, baskın olma, erkeksilik, zekâ, çekicilik gibi yönler ön plana çıkmaktadır (Offerman, Kennedy ve Wirtz 1994; Epitropaki ve Martin 2004). Çin'de fabrika işçileri, öğretmenler, üniversite öğrencileri ve teknisyenlerden oluşan 622 kişilik bir örneklem üzerinde örtük liderlik algılarını ortaya koymaya çalışan Ling, Chia ve Fang (2000: 731, 733) kişisel ahlak, hedeflerde etkinlik, insanlararası yetenek ve beceriklilik olmak üzere dörtlü bir faktör yapısı elde etmiştir.

Kişisel özellikleri ve örtük liderlik arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan bir araştırma beş faktör kişilik modeli üzerinden ele alınmıştır. Bu

çalışmada takipçilerin aileden gelen özelliklerine sahip olan liderleri kabul edip içselleştirdikleri görülmüştür (Keller 1999: 597). Paşa (2000) ise Türkiye’de yöneticilerin ve çalışanların zihinlerindeki liderlik özelliklerini belirlemek üzerine bir araştırma yapmıştır. Bu kapsamda yöneticiler, liderin daha çok işe ve performansa yönelik özelliklerine yoğunlaşırken, çalışanlar liderin bilgili, adil olma, iyi ilişkiler kurma ve insancıl olma gibi görece daha duygusal özelliklere sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Kültürel farklılıklar üzerine Lübnan, Umman, Romanya ve İngiltere’de araştırma yapan Neal vd. (2007) bu ülkelerde yaşayan kadınların liderin otoritesine olan bakış açılarını ele almıştır. Bu çalışmada örtük liderlik faktörleri dört boyut oluşturmuştur. Araştırmacılar bu boyutlardan liderin, etkileyici, geleneksel ve bürokratik özelliklerini önceki çalışmalardan (Offerman, Kennedy ve Wirtz 1994; Paşa 2000; Epitropaki ve Martin 2004) farklı olarak ortaya çıkarmışlardır. Liderlik prototip özellikleri içinde yer alan karizma boyutu ise Offerman, Kennedy ve Wirtz (1994) çalışmasıyla ve Epitropaki ve Martin’in (2004) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Söz konusu araştırma sonucunda, Umman ve Lübnanlı kadınların İngiliz kadınlara oranla bürokrasiyi daha fazla kabullendiği sonucuna ulaşılmıştır. Tabak, Kızıloğlu ve Polat’ın (2010) Ankara’da farklı sektörlerde çalışan toplam 117 kişilik örnekleme yaptıkları çalışmada, katılımcıların verdikleri yanıtlar, liderlik algılarına ilişkin olarak örtük lider özelliklerinin altı boyutunu ortaya koymuştur. Bu altı boyut temelde astların bir ideal liderden beklediği başlıca nitelikleri ifade etmektedir. Söz konusu boyutlar; dürüstlük ve güvenilirlik, beceriklilik, etkileyicilik/ilişkilerde beceri, dönüştürücülük, duyarlılık ve güçtür. Bu çalışmada dürüstlük ve güvenilirlik, dönüştürücülük ve beceriklilik boyutlarının önceki çalışmalardan farklı olarak ortaya çıkarılmış boyutlar olduğu görülmektedir. Türetgen ve Cesur (2010) tarafından yönetici liderliğe ve siyasi liderliğe yönelik olarak örtük liderlik teorilerinin karşılaştırıldığı çalışmada, yönetici liderler için kadınlar yenilikçi, erkekler ise disiplinli olma özelliğini; daha genç olan bireyler hoş görülü-anlayışlı, ileri görüşlü ve zeki olma, daha yaşlı olan bireyler

demokratik olma özelliğini vurgulamışlardır. Örtük liderlik üzerine Türk toplum yapısına uygun hazırlanan bir ölçek olmadığını vurgulayarak Türk toplum yapısına uygun ölçek geliştirilmesi için çalışma yapan Tabak, Kızıloğlu ve Türköz (2013) kişisel ahlak, beceriklilik, duyarlılık, güç ve etkileyicilik olmak üzere beş faktörlü bir Örtük Liderlik Ölçeği geliştirmiştir. Söz konusu çalışmada, araştırmanın evreni Türkiye’de yaşayan 20 yaş üstü bireyler olarak ifade edilmiştir. Araştırmanın örneklemi ise Türkiye’nin farklı bölgelerinden değişik meslek ve eğitim seviyesine sahip 682 kişiden oluşmuştur. Ancak elde edilen bu ölçek rekreasyonel liderlik bağlamında uygulanmamıştır.

YÖNTEM

Nicel yaklaşımla hazırlanan bu çalışmada izlenen aşamalar; veri toplama aracının hazırlanması, pilot araştırmanın yapılması ve soru formuna son şeklinin verilmesi, çalışma evreninin seçilmesi ve verilerin analizi olarak planlanmıştır. Bu aşamalarla ilgili açıklamalara aşağıda alt başlıklar halinde yer verilmektedir.

Soru Formunun Oluşturulması

Soru formu, iki bölümden oluşmaktadır. Soru formunun birinci bölümünde, katılımcıların profilinin anlaşılmasını sağlayacak olan demografik sorular bulunmaktadır. Soru formunun ikinci bölümünde ise Tabak, Kızıloğlu ve Türköz (2013) tarafından “Örtülü Liderlik Ölçeği Geliştirme Çalışması” isimli araştırmasında yer alan örtük liderlik üzerine geliştirilmiş ölçek yer almaktadır. Söz konusu ölçeğin 27 maddelik örtük liderlik ölçeğinin içeriğini oluşturan beş faktörünün Cronbach’s Alpha güvenilirlik değerleri ,66 ile ,91 arasında değişmektedir. Araştırmada ölçeğin toplam güvenilirlik değeri ise ,93 olarak ifade edilmiştir. Güvenirlik değerlerinin beklendik düzeyde olması, ölçeğin bu çalışma için kullanılacağını gösterse de ölçeğin rekreasyon alanında ilk kez denenişiyor olması bir pilot araştırmayı zorunlu hale getirmiştir. Ayrıca, Tabak, Kızıloğlu ve Türköz (2013) tarafından oluşturulan ölçekte ifadeler, 10’lu Likert tipi ile hazırlanmıştır. Bu çalışmada ise ifadelerin beş aralıklı olarak ölçülme-

si hedeflenmiştir (1-kesinlikle katılmıyorum/5-kesinlikle katılıyorum). Bu nedenle, ölçekte yer alan ifadelerin rekreasyon aktivitelerindeki katılımcılar tarafından anlaşılma durumu ve beş aralığa indirgenmiş ölçeğin güvenilirliğinin yeniden test edilmesi gerekmiştir. Bunun için Eskişehir’de açık ve kapalı alan rekreasyon aktivitelerine katılan bir örneklem grubu (n=182) üzerinde pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda, Tabak, Kızıoğlu ve Türköz (2013) tarafından 10’lu Likert tipinde hazırlanan soru formunda elde edilen güvenilirlik katsayısıyla, 5’li Likert tipinde hazırlanan soru formunun pilot çalışma sonucunda elde edilen katsayının birbirine yakın değerler olduğu görülmüştür. Bu kapsamda pilot araştırmanın güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) ,888 olarak hesaplanmıştır. Alpha değeri 0,60-0,80 ve güvenilirlik değeri 0,80-1,00 aralığında ise güvenilirliğin yüksek olduğu belirtilmektedir (Kozak 2014: 146). Ayrıca, ölçekte yer alan soruların tamamının aktivite katılımcıları (rekreasyonistler) tarafından anlaşıldığı görülerek, soru eliminasyonuna gidilmemiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın erişilebilir nüfusunu belirlemede yargısal örneklem yöntemine başvurulmuştur. Yalnızca belirli bir aktiviteye yönelik oluşturulmuş sosyal medya grupları (dağcılık grubu, dalış kulübü vb.) yerine, tüm rekreasyon aktivitelerini kapsayan ve “rekreasyon” ve “boş zaman” ismiyle kurulan gruplar erişilebilir nüfus olarak belirlenmiştir. Rekreasyon ve boş zaman ismiyle kurulan sosyal medya gruplarının erişilebilir nüfus olarak belirlenmesinde, tüm rekreasyon aktivitelerini kapsamasına ve katılımcıların rekreasyon deneyimlerinin olmasına önem verilmiştir. Bu aşamadan sonra, “sosyal medya” üzerinden mesaj alma özelliği açık olan üyelere, araştırmacılar kendi sosyal medya hesaplarından özel mesajlar göndererek soru formunu 1500 grup üyesine ulaştırmışlardır. Bu noktada, katılımcılar, kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Veriler, 05.07.2016 ile 20.10.2016 tarihleri arasındaki üç aylık sürede toplanmıştır. Bu süre sonunda gelen 436 adet formdan 414 adedinin kullanılabilir olduğuna karar verilerek, araştırma

bu sayı üzerinden yürütülmüştür. Evrenin bütününe ulaşamayan durumlarda %95 güvenilirlik düzeyi için 384 örneklem sayısının yeterli olabileceği ifade edilmektedir (Sekaran 1992: 253; Saruhan ve Özdemirci 2011: 144). Bu nedenle, 414 anket sayısı yeterli bulunmuştur.

Veri Analizi

Verilerin analizine geçilmeden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Bu amaçla öncelikle aritmetik ortalama, mod ve medyan değerlerine bakılmış ve bu değerlerin birbirine yakın olduğu görülmüştür. Ardından, verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Likert tipi ifadelerinin basıklık ve çarpıklık değerlerinin $\pm 1,5$ arasında yer aldığı görülmüş ve verilerin normal dağıldığı varsayılmıştır.

Analiz aşamasında öncelikle, örneklem grubunu tanımlayan ve rekreasyonistlerin, örtük liderlik algılarına ilişkin faktörlerin belirlenmesine çalışılmıştır. Bu kapsamda, frekans, yüzde, ortalama ve faktör analizinden yararlanılmıştır (Saruhan ve Özdemir 2011: 163; Büyüköztürk 2012: 281). Faktör analizi yapıldıktan sonra, faktör yapısıyla aktivite türü ve cinsiyet arasındaki farklılıklar T-Test ile analiz edilmiştir (Kalaycı 2014: 74). İki veya daha fazla grup arasındaki farklılıkların belirlenmesinde ise tek yönlü varyans analizinden (ANOVA) yararlanılmıştır. Faktör analizi kapsamında elde edilen faktör yapısıyla yaş, mezuniyet durumu ve gelir arasındaki farklılıklar tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yardımıyla belirlenmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara yer verilmektedir. Bu amaçla, öncelikle, araştırma örnekleme ait tanımlayıcı demografik bilgilerin değerlendirilmesi yapılmıştır. 414 kişi kapsamında ulaşılan bilgilere Tablo 1’de yer verilmektedir. Tabloya göre katılımcıların büyük çoğunluğunu (%95,9) 18-44 yaş aralığında olup yaş ortalaması 26,4’ dür. 18-24 yaş kategorisi ise en fazla yoğunlaşan yaş aralığıdır. Bu yoğunlaşma, bu yaş grubunun sosyal medya kullanan ve ilgi duyduğu alanlara yönelik sayfaları takip eden kitle olmasına bağlanabilir.

Katılımcıların %38,2'si kadın, %61,8'i erkektir. Eğitim durumu bakımından, ilk ve orta öğretim mezunları (%74,4) en büyük grubu oluştururken, bunu lisans ve yüksek lisans düzeyindeki eğitim izlemektedir. Araştırma kapsamında soru formunu yanıtlayan katılımcılar, gelir durumu bakımından değerlendirildiğinde, asgari ücret geçim düzeyi ve altında yer alan katılımcılarla birlikte yoksulluk sınırı içinde bulunan grubun, örneklemimin %92,5'lik bir kısmını temsil ettiği anlaşılmaktadır.

Açıklayıcı Faktör Analizine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında faktör analizi uygulamadan önce verilerin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın örneklemiminin yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi'nden (Bartlett's Test of Sphericity) yararlanılmıştır. KMO değeri 0,815 olarak hesaplanmış ve araştırma örnekleminin yeterli olduğu (Subhash 1996: 116) belirlenmiştir. İkinci aşamada, Bartlett testinin sonuçları incelenerek testin anlamlı sonuç verdiği ($0,000 < 0,05$) tespit edilmiştir. Ardından, örneklem yeterlilik değeri (MSA) kontrol edil-

miştir. Bu kapsamda çapraz ilişki katsayıları incelenmiş ve 0,50'nin altında hiçbir değişkenin olmadığı (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko 2013: 81) görülmüştür. Faktör sayısının belirlenmesinde özdeğere göre boyut belirleme yöntemi kullanılmış ve özdeğeri 1'den büyük olan faktörler, analize dâhil edilmiştir. Faktör analizi uygulanmasında dik döndürme yöntemlerinden biri olan "Varimax" yöntemi tercih edilmiştir. Faktörlerin belirlenmesinde faktör yükü değerinin en az 0,50 olmasına (Hair vd. 1998: 99) dikkat edilmiştir. Faktör analizi sonucunda dört faktör elde edilmiştir. Faktörlerin isimlendirilmesinde Tabak, Kızıloğlu ve Türköz'ün (2013) kullanımı dikkate alınmıştır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere faktörlerin güvenilirlik katsayıları; 0,838 ile 0,880 arasında değişen değerlerde olup, ölçeğin toplam güvenilirlik katsayısı 0,868'dir. Bu sonuçlar ayrıca, birinci faktörün "beceriklilik" olduğunu ve varyansın %17,79'unu, ikinci faktörün "duyarlılık" ve varyansın %15,61'ini, üçüncü faktörün "kişisel ahlak" ve varyansın %14,98'ini ve dördüncü faktörün ise "güç" faktörü olarak belirlendiğini ve varyansın %13,69'unu açıkladığını göstermektedir. Faktör analizi sonucunda elde edilen bu bulgular, Tabak, Kızıloğlu ve Türköz'ün (2013) çalışmasından farklılık göstermektedir. Söz konusu çalışma, Türkiye'nin farklı bölgelerinde eğitim düzeyleri ve meslekleri birbirinden farklı 682 birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar beş faktörlü bir yapı elde etmişlerdir. Çalışmada, kişisel ahlak faktörü toplam varyansın %20'sini, beceriklilik faktörü %15,3'ünü, duyarlılık faktörü %11,9'unu, güç faktörü %7,52'sini, etkileyicilik faktörü %7,2'sini açıklamaktadır. Ancak bu çalışmada "etkileyicilik" faktörü ayrı bir faktör olarak algılanmamıştır. Bu farklılık algıların, bir örgüt kapsamındaki çalışanı değil, rekreasyonel bir aktivite kapsamındaki katılımcılardan toplanmasına ve "etkileyicilik" kapsamında yer alan ifadelerin güç faktörü kapsamındaki ifadelerle ilişkilendirilmesine bağlanabilir.

Faktör hiyerarşisinin en tepesinde beceriklilik faktörü yer almıştır. Bu faktör, liderlerin ileri görüşlü, işleri organize edebilen, problem çözebilen, ikna becerisi olan rekreasyonistleri eğiten ve motive edebilen, hızlı ve doğru karar verebilen

Tablo 1. Demografik Değişkenler (Frekans Dağılımı)

Yaş	n	%
18-24	211	51,0
25-44	186	44,9
45 ve üstü	17	4,1
Toplam	414	%100
<i>Cinsiyet</i>		
Kadın	158	38,2
Erkek	256	61,8
Toplam	414	100
<i>Mezuniyet Durumu</i>		
İlk ve orta öğretim mezunu	308	74,4
Lisans mezunu	77	18,6
Lisansüstü mezunu	29	7,0
Toplam	414	100
<i>Gelir</i>		
1299 TL ve altı	243	58,7
1300-4518 TL	140	33,8
4519 TL ve üstü	31	7,5
Toplam	414	100
<i>Aktivite Türü</i>		
Açık alan	245	59,2
Kapalı alan	169	40,8
Toplam	414	100

Rekreasyon Faaliyetlerine Katılan Kişilerin (Rekreasyonistlerin) Örtük Liderlik Algıları

Tablo 2. Örtük Liderlik Faktörleri (Faktör Analizi)

Faktör ve İfadeler	Faktör Yükleri				Ortalama	S.S.	Özdeğer
	1	2	3	4			
<i>Beceriklilik</i>							
14- İleriyi gören	,813				3,59	1,08	6,300
9- İşleri organize edebilen	,811				3,53	1,00	
23- İkna kabiliyeti yüksek	,739				3,52	1,14	
25- Eğitici	,709				3,43	,99	
10- Problem çözen	,680				3,57	1,08	
12- Hızlı ve doğru karar veren	,660				3,54	,94	
11- Motive edici	,642				3,43	1,01	
<i>Duyarlılık</i>							
4- İnsana değer veren		,857			2,90	1,05	4,024
16- Tatlı-sert		,827			2,84	1,10	
19- Cana yakın		,801			2,80	1,45	
17- Cömert		,760			2,80	1,30	
18- Hoşgörülü		,702			2,68	1,52	
8- Katılımcıların güvenini kazanan		,535			3,28	1,11	
<i>Kişisel Ahlak</i>							
7- Şahsiyetli			,823		3,64	1,04	2,914
1- Dürüst			,802		3,84	1,06	
3- Hak yemeyen			,795		3,78	1,02	
2- Adil			,702		3,79	,95	
6- Özü sözü bir			,694		3,80	1,06	
5- Saygı değer			,571		3,87	,96	
<i>Güç</i>							
24- Hitabeti kuvvetli				,876	3,67	,94	2,284
21- Tecrübeli				,812	3,75	,90	
22- Otoriter				,769	3,69	,99	
15- Özgüveni olan				,620	3,69	,96	
13- İnisiyatif sahibi				,596	3,61	,98	
20- Bilgili				,551	3,68	1,04	
	1	2	3	4	Genel		
Açıklanan Varyans (%)	17,79	15,61	14,98	13,69	62,08		
Cronbach's Alpha Güvenilirlik Katsayısı (α)	,880	,866	,857	,838	,868		

bir kişi olmasıyla ilgilidir. Bu faktör kapsamında Tabak, Kızıloğlu ve Türköz' ün (2013) çalışmasından farklı olarak liderin eğitici ve ikna kabiliyetinin olması etkileycilik faktöründe değil, beceriklilik faktörü içinde görülmüştür. Bu farklılık, rekreasyon aktivitesine katılımın gönüllü olmasına bağlanabilir. Nitekim yapılan çalışmalarda, aktivite liderlerinin temel becerileri içinde eğitmek, motive etmek ve grup etkileşimini korumak yer almaktadır (Kraus 1985; Stokowski, Long ve Nuckolls 1992; Little ve Watkins 2004: 81). Benzer bir biçimde Mosley (1998) liderlerin ikna etme ve problemleri çözme kabiliyetini kişisel beceriklilik olarak ifade etmiştir. Özellikle, açık alan aktivitelerinde beklenmedik bir durum karşısında (fırtına çıkması, çığ düşmesi, böcek

sokması, sakatlanma) liderin ileriyi görmesi, hızlı ve doğru karar verebilmesi, işleri organize edebilmesi gibi becerilere sahip olması gerekmektedir. Paşa (2000) tarafından yapılan çalışmada da çalışanların liderlerinden beceriklilik bekledikleri ortaya çıkmıştır. Ancak Offerman, Kennedy ve Wirtz (1994) ile Epitropaki ve Martin'in (2004) çalışmalarında beceriklilik faktörü yer almamıştır.

İkinci öneme sahip faktör, duyarlılıktır. Bu faktör içinde yer alan tatlı-sert, cömert, insana değer veren, hoşgörülü, cana yakın ve rekreasyonistlerin güvenini kazanan ifadeleri liderin rekreasyonistlere karşı duyarlı bir yapıda olduğunu göstermektedir. Liderin örgütsel başarısı ve performansı üzerine araştırma yapan Rush, Thomas

ve Lord (1977), katılımcıların başarılı buldukları lider tipinin hem duyarlılık hem de katılımcıyı harekete geçirme özelliğinin yüksek olması gerektiğini ortaya koymuşlardır. Çin’de örtük liderlik üzerine yapılan bir araştırmada duyarlılık faktörü içinde yer alan ifadelerin, “insanlar arası yeterlilik” adı altındaki başka bir faktörü altında yer aldığı görülmektedir (Ling, Chia ve Fang 2000: 734). Offerman, Kennedy ve Wirtz (1994) tarafından yapılan çalışmada ise hassasiyet faktörü altında yer alan bu ifadeler, bu çalışmada duyarlılık faktöründe toplanmıştır.

Kişisel ahlak faktörü liderlerinin, hak yemeyen, dürüst, adil, görüldüğü gibi olan, saygı değer kişilik yapısına sahip olmasıyla ilgili beklentileri göstermektedir. Liderin kişisel ahlâka sahip olması, katılımcıların lideri takip etmesi için lider modeli oluşturmasında bir gerekliliktir (Palmer 2009: 528). Liderde bulunması gereken ahlak anlayışına Treviño, Hartman ve Brown (2000) bütüncül bir bakış açısı getirerek ahlakı, ikili sü-tun yaklaşımıyla ele almışlardır. Bu kapsamda Karaküçük (2005: 288-291) rekreasyonel liderde bulunması gereken özellikleri dürüst olma, sözlerinde tutarlı davranma, adil ve objektif karar verebilme olarak belirtmiştir. Ancak Offerman, Kennedy ve Wirtz’in (1994) çalışmasında ve Epit-

ropaki ve Martin’in (2004) çalışmasında örtük lider özellikleri arasında kişisel ahlak faktörü yer almamıştır. Ayrıca, kişisel ahlak faktörü Tabak, Kızıloğlu ve Polat’ın (2010) çalışmasında dürüstlük ve güvenilirlik faktörü altında yer alırken, Türetgen ve Cesur’un (2010: 59) çalışmasında, liderin ve yöneticinin ahlaklı ve dürüst olma özellikleri önemli değişkenler olarak belirlenmiştir.

Rekreasyonel liderlere atfedilen bir diğer faktör, güçtür. Bu faktör liderin bilgili, hitabeti kuvvetli, tecrübeli ve otoriter olması, inisiyatif sahibi, öz güven sahibi olması gibi özelliklere işaret etmektedir. Güç faktörü altında yer alan bilgili ve tecrübeli olma alanyazındaki uzmanlık gücü ve karizmatik güç ile açıklanabilir. Uzmanlık gücü liderin işinde sahip olduğu bilgi, beceri birikimi; karizma ise katılımcılar tarafından lidere duyulan hayranlık ve hayranlığa bağlı kabul edilmedir (Maviş 2006: 176; Kozak vd. 2013: 178; Koçel 2014: 654).

Farklılıklara İlişkin Bulgular

Araştırmada, açık ve kapalı alan aktiviteleri, yaş, eğitim, cinsiyet ve gelire örtük liderlik algısı arasındaki kimi farklılıklar olduğu da belirlenmiştir. Farklılıklarla ilgili Tablo 3 ve Tablo 4’e aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 3. Cinsiyet ve Aktivite Türüne Göre Örtük Liderlik Algılaması (T Testi)

Faktörler	Katılımcılar	Sıklık	X	S.S.	T Değeri	P Değeri
Beceriklilik	Açık Alan	245	3,89	1,03	-2,930	,001*
	Kapalı Alan	169	3,32	,79		
Duyarlılık	Açık Alan	245	3,04	,98	-4,065	,000*
	Kapalı Alan	169	2,65	,94		
Kişisel Ahlak	Açık Alan	245	3,69	,78	2,976	003*
	Kapalı Alan	169	3,92	,75		
Güç	Açık Alan	245	3,73	,76	-1,697	,101
	Kapalı Alan	169	3,61	,64		
Beceriklilik	Kadın	158	3,64	89	2,683	,008*
	Erkek	256	3,43	,71		
Duyarlılık	Kadın	158	2,78	1,05	-1,522	,129**
	Erkek	256	2,94	,93		
Kişisel Ahlak	Kadın	158	3,67	,79	-2,393	,017*
	Erkek	256	3,86	,76		
Güç	Kadın	158	3,78	,80	2,182	,030*/**
	Erkek	256	3,62	,65		

*Katılımcıların örtük liderlik algısında bir farklılık mevcuttur.

**Varyanslar homojenlik göstermemektedir.

Açık ve kapalı alan aktivitelerine göre örtük liderlik algısına yönelik güç faktöründe anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ancak beceriklilik, duyarlılık ve kişisel ahlak faktörüne bakıldığında açık ve kapalı alanda örtük liderlik algısının farklılaştığı görülmektedir. Faktör ortalamaları açık alan aktivitelerine katılanların liderinde beceriklilik, duyarlılık ve kişisel ahlak konularına daha fazla önem verdiklerine işaret etmektedir. Tablo 3'te cinsiyete göre örtük liderlik algısına yönelik sonuçlar da yer almaktadır. Bakıldığında, sadece duyarlılık faktöründe farklılık bulunamamış-

tır. Beceriklilik ve güç faktörlerinde kadınlar ile erkekler arasında, kadınların bu faktörleri daha fazla önemsemesinden kaynaklanan farklılık vardır. Kişisel ahlak faktöründe ise erkek katılımcılar, kadınlardan daha fazla tercih sıklığında bulunmuşlardır.

Katılımcıların yaş, gelir ve eğitim durumuna göre örtük liderlik algılarının farklılıklarını belirlemek için tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda yaş grupları 18-24, 25-44 ve 45 ve üzeri olarak üç gruptan; gelir grupları 1299 ve altı (asgari ücret altı), 1300-4518 (asgari

Tablo 4. Eğitim Düzeyine Göre Örtük Liderlik Faktörleri (ANOVA)

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Beceriklilik*	Gruplar arası	12,798	2	6,399	10,627	,000	2-1
	Gruplar içi	247,481	411	,602			3-1
	Toplam	260,280	413				
Duyarlılık	Gruplar arası	11,209	2	5,605	10,627	,003	3-1
	Gruplar içi	389,348	411	,947	5,916		
	Toplam	400,557	413				
Kişisel Ahlak	Gruplar arası	,999	2	,500	,821	,441	---
	Gruplar içi	250,022	411	,608			
	Toplam	251,021	413				
Güç	Gruplar arası	18,717	2	9,359	19,752	,000	2-1
	Gruplar içi	194,739	411	,474			3-1
	Toplam	213,456	413				

*Varyans homojenlik göstermemektedir.

(1: ilk ve orta öğretim mezunu, 2: lisans mezunu, 3: lisansüstü eğitim mezunu)

Tablo 5. Eğitim Düzeyi İle Örtük Liderlik Faktörleri İlişkisi

Faktörler	Mezuniyet Durumu	Sıklık	Ortalama	F Değeri	P Değeri	Fark
Beceriklilik	İlk ve Orta Öğretim M.	308	3,42	10,627	,000	3 / 1*
	Lisans M.	77	3,72			
	Lisansüstü M.	29	3,99			
Toplam		414	3,51			
Duyarlılık	İlk ve Orta Öğretim M.	308	2,82	5,916	,003	3 / 1
	Lisans M.	77	2,89			
	Lisansüstü M.	29	3,47			
Toplam		414	2,88			
Kişisel Ahlak	İlk ve Orta Öğretim M.	308	3,76	,821	,441	---
	Lisans M.	77	3,88			
	Lisansüstü M.	29	3,83			
Toplam		414	3,78			
Güç	İlk ve Orta Öğretim M.	308	3,56	19,752	,000	3 / 1
	Lisans M.	77	4,02			
	Lisansüstü M.	29	4,10			
Toplam		414	3,68			

*Varyans homojenlik göstermemektedir

ücret ve yoksulluk sınırı) ve 4519 ve üzeri olarak üç gruptan; eğitim düzeyi ise ilk ve orta öğretim mezunu, lisans mezunu ve lisansüstü eğitim mezunu olmak üzere üç gruptan oluşmaktadır. Yaş, gelir ve eğitim gruplarına göre örtük liderlik algısına bakıldığında, yaş ve gelir grupları arasında örtük liderlik algısının farklılaşmadığı, ancak eğitim düzeylerine göre algıların farklılaştığı belirlenmiştir. Bu bağlamda elde edilen sonuçlara Tablo 4’te yer verilmektedir.

Tablo 4’te verilen varyans analizi (ANOVA) sonuçları, katılımcıların eğitim düzeyleri ile örtük liderlik algılarından beceriklilik, duyarlılık ve güç faktörlerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Bu sonuçların ardından ortaya çıkan anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere post-hoc analizleri ve Levene’s testleri uygulanmıştır. Sonuçta, bece-

riklilik faktöründe varyansların homojen olmadığı saptanmıştır. Bunun üzerine, diğer çoklu karşılaştırma testlerine kıyasla daha güçlü sonuçlar veren Games-Howell testi tercih edilmiştir (Morgan vd. 2012: 194). Varyansların homojen dağılma varsayımını sağlayan diğer iki faktör içinde hangi grupların farklılaştığını anlamak için Scheffe testinden yararlanılmıştır (Myers, Well ve Lorch 2010: 260). Beceriklilik ve güç faktörlerinde lisansüstü mezunlarının faktör ortalamaları hem lisans mezunlarından hem de ilk ve orta öğretim mezunlarından yüksek çıkmıştır. Bu noktada, belli bir eğitim düzeyine sahip olan katılımcıların, rekreasyon aktivitesi esnasında kendilerine yol gösterecek liderlerinin, belli bir güce ve beceriye sahip olmasını bekledikleri söylenebilir. Ayrıca, güç ve beceriklilik faktörlerinde, lisans mezunlarının faktör ortalaması ilk ve orta öğretim mezunlarının ortalamasından yüksek çıkmıştır.

Kısaca, eğitim düzeyindeki artış, beceriklilik ve güç algısında anlamlı bir fark oluşturmaktadır. Bir diğer ifadeyle, eğitim düzeyi arttıkça, rekreasyonel liderlerin güçlü olma ve temel becerilere sahip olma beklentisi de artmaktadır. Duyarlılık faktöründe ise lisansüstü mezunlarının faktör ortalaması, diğer eğitim seviyesindeki katılımcıların ortalamasından yüksek çıkmıştır. Bu çerçeveden bakıldığında, belli bir uzmanlık alanına sahip olan katılımcılar aktivite esnasında kendilerini yönlendirecek liderlerin tatlı-sert, cömert, insana değer veren, hoşgörülü cana yakın ve katılımcıların güvenini kazanan özelliklere sahip olmasını beklemektedir. Kişisel ahlak faktörü incelendiğinde, katılımcıların faktör ortalamalarının birbirine yakın olduğu, dolayısıyla eğitim düzeyine göre bu faktörün farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak liderin sahip olduğu güç, beceriklilik ve duyarlılık özellikleri katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılaşırken, liderin ahlaklı olması katılımcıların eğitim düzeyine bağlı olmaksızın liderde olması gereken doğal bir özellik olarak kabul görmektedir.

Tablo 5 incelendiğinde eğitim düzeylerine göre farklılaşan faktörlerin beceriklilik, duyarlılık ve güç olduğu görülmektedir. Örtük liderlik algısındaki beceriklilik faktörüne eğitim düzeyi arttıkça katılımcılar tarafından daha fazla önem verildiği görülmektedir. Benzer bir biçimde, eğitim düzeyi arttıkça liderde aranan güç faktörü katılımcılar tarafından daha fazla önemli hale gelmektedir. Duyarlılık faktörüne bakıldığında ise farklılaşma lisansüstü mezunlar ile ilk ve orta öğretim mezunları arasındaki geniş uçurumlu alanda ortaya çıkmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Rekreasyon aktivitelerinden daha fazla doyum elde etmek, kaynakların ve zamanın etkili bir biçimde kullanılması için rekreasyonel liderlere gereksinim duyulmaktadır. Rekreasyonel lider, rekreasyonistlerin yer aldığı rekreatif aktivitedeki amaçlara ulaşmasına yardım eden veya beklenen rekreatif çıktılarını elde etmek için onları motive eden kişiler olarak tanımlanmaktadır (Edginton, Hudson ve Ford 1999: 77). Bu bağlamda rekreasyon liderlerini, herhangi bir örgüt içinde-

ki liderlerden ayıran en temel fark, takipçileri ve bağlamıdır denilebilir. Rekreasyonistler olarak adlandırılan takipçiler, gönüllü olarak aktivitelere katılır ve para kazanma amacı gütmeyiz. Rekreasyonistlerin aktivitelere bağlanmasında yasal ya da örgütsel bir zorunluluk olmadığından liderin, motivasyon ve grup dinamiklerine göre hareket etmesi çok önemlidir. Bu bakış açısı, rekreasyonel faaliyetlerin natüralizm, realizm ve pragmatizm gibi kimi felsefi yaklaşımlarla da açıklanmasına dayanak oluşturabilir, liderlik ile ilgili tercihlerin daha iyi anlaşılmasını sağlayabilir. Ancak liderlik ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak, örgütsel yapı içinde gerçekleşmesi ve liderliğin farklı paradigmalara göre kategorize edilerek açıklanması bu felsefi bakış açısının göz ardı edilmesine neden olmuştur. Belirlenen otoriter, insana dönük, görev odaklı, stratejik, girişimci, babacan, serbestçi, etkili, misyoner, karizmatik, dönüşümcü ve hizmetkâr lider kategorileri bunlardan bazılarıdır. Bu gruplandırmalarda kimi zaman liderin özellikleri, kimi zaman davranışları etkili olurken, son yıllarda kabul gören durumsal bakış açısında ise takipçiler ve ortamın etkili olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla, liderle ilgili açıklamalarda takipçilerin önemsenmesinin durumsallık yaklaşımıyla önem kazanmaya başladığı söylenebilir. Bu bakış açısı sonrasında, güdülenmiş lider, katılımcı lider, lider üye etkileşimi, algıya dayalı liderlik ve örtük liderlik gibi tamamen takipçilerin zihinlerinde oluşturdukları ve onların kalıp yargılarına göre şekillenen liderlik modelleri ortaya çıkmıştır. Eğer, lider bu tanımlanmış kategoriler kapsamında değil, takipçilerin beklentilerine göre anlaşılacak isteniyorsa veya alanda bu kapsamda, örneğin, rekreasyonel liderlikte olduğu gibi doğrudan farklı bir bağlama uygulanacak model sıkıntısı varsa, o noktada takipçilerin beklentileri hatta örtülü düşüncelerinin ve algılarının belirlenmesi yol gösterici olacaktır. Bu araştırmada da aslında yapılan budur. Çalışmada, rekreasyonistlerin zihnindeki ideal rekreatif lider tipinin özelliklerinin belirlenmesi yanında, bu özelliklerin faktöriyel dağılımlarına ve dayanaklarına da bakılmıştır.

Bu araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda, rekreasyonel liderlikte etkili olan dört

önemli faktör belirlenmiştir. Bunlar beceriklilik, duyarlılık, kişisel ahlak ve güçtür. Güç ve duyarlılık faktörleri (Offerman, Kennedy ve Wirtz 1994; Epitropaki ve Martin 2004) daha önceki çalışmalarda en önemli olarak algılanırken, bu çalışmada daha az önemli düzeyde bulunmuştur. Eroğluer (2014), Tabak, Kızıloğlu ve Türköz (2013) ile Neal ve arkadaşlarının (2007) yaptığı çalışmalarda ortaya çıkan etkileycilik faktörü ise bu araştırmada bir faktör olarak belirlenmemiş, faktörle ilgili ifadeler, beceriklilik ve güç faktörü altında dağılmıştır.

Araştırmada en yüksek faktör olarak belirlenen becerikliliğin, daha önceki bir araştırmada (Ling, Chia ve Fang 2000) en düşük seviyede algılanması, aslında rekreatif faaliyetlerdeki lider algısının nasıl değiştirdiğini göstermesi bakımından önemlidir. Bu farklılaşmada liderlik edilen ortamın iş değil dinlenince olması yanında, izleyicilerin çalışan değil gönüllü olmalarının ve serbestlik içinde bu aktivitelerde bulunmalarının da belirleyici olduğu görülmektedir. Beceriklilik faktörü; bir rekreasyonel liderin aktivite sırasındaki riskleri önceden görebilmesi ve rekreasyonistleri uyarması, ileriye görmesi, hızlı ve doğru karar verebilmesi, problem çözebilmesi gibi yetkinliklerini temsil etmekte ve bu liderler için hayati önem taşımaktadır. Beceriklilik faktörünün rekreasyonel liderlik bağlamındaki bu önemi aynı zamanda, natüralizm bağlamındaki önermelerde de karşılık bulmaktadır. Bilindiği gibi natüralizmde rekreasyonistin katıldığı aktivitelerde yaptığı her bir davranışın doğal bir sonucu vardır ve bu doğal sonuçlar rekreasyonisti yaşama hazırlar (Cowell ve Welman 1963'ten aktaran Ağaoğlu ve Boyacı 2013: 4). Bu nedenle, aktivite sırasında rekreasyonistin karşılaşılabileceği durumlar liderler tarafından bilinmeli ve rekreasyonistlere anlatılmalıdır. Ayrıca, beceriklilik faktörünün, rekreasyonel liderlerin sosyal verimliliğin artırılması ve bireylerarası becerilerin gelişmesiyle de ilgili olduğu düşünüldüğünde, bu faktöre atfedilen önem durumu pragmatist bakış açısıyla da açıklanabilir.

Bu araştırmada, duyarlılık faktörü ikinci sırada önemli görülmektedir. Oysa bu faktör önceki çalışmalarda (Tabak, Kızıloğlu ve Türköz 2013) takipçiler tarafından daha az önemle algılanmıştır.

Buradaki farklılık, rekreasyon aktivitelerine katılımın gönüllü olması ve her rekreasyonistin kendisine özel ilgi beklemesiyle açıklanabilir. Başka bir deyişle, rekreasyonistler liderlerinden kendilerine değer veren, cana yakın davranan, hoşgörölü ve güvenli davranışlar beklemektedirler. Bu sonuç aynı zamanda, natüralizm bağlamındaki açıklamalara da işaret etmektedir. Bilindiği gibi natüralizm, bireyi toplumdan daha önemli görür (Lumpkin 1990) ve bireysel tatminin üst düzeyde sağlanmasını önemser.

Üçüncü önem düzeyle algılanan kişisel ahlak faktörü (Ling, Chia ve Fang 2000; Tabak, Kızıloğlu ve Türköz 2013) diğer çalışmalarda, takipçiler tarafından en önemli olarak algılanmıştır. Burada ortaya çıkan sonuç, rekreasyonel liderlikteki ortam koşullarına bağlanabilir. Çünkü örgütsel çalışma ortamında terfi etme, prim alma, yetki ve sorumluluk alanlarının genişlemesi gibi uygulamalarda liderlerin adaletli, hak yemeyen, dürüst ve özü sözü bir olması beklenmektedir. Rekreasyonel aktivitelerde böyle bir iş ortamı ilişkisi olmadığından, katılımcılar bu faktörü daha az önemli olarak algılamışlardır. Ancak bu faktörün, rekreasyonel liderlikte de üçüncü sırada önemli olarak algılanması, kişisel ahlakın vazgeçilmez olduğuna ve grup dinamiği, grup ile üye ilişkisi açısından önemli olduğuna işaret etmesi bakımından dikkate değerdir. Bu faktörle ilgili ortaya çıkan diğer bir sonuç ise liderlerin rekreasyonistleri ahlaki açıdan geliştirmeye çalıştığı, rekreasyonistlerin de liderlerinden ahlaklı olmayı beklediklerini göstermektedir. Ahlaklı olmak konusuna pragmatist açıdan bakıldığında, toplumların yüksek ahlak ve sosyal değer standartlarına ulaşmasının amaçlandığı (Torkildsen 2005: 53) görülür. Bu yaklaşımın barındırdığı, ahlak ve sosyal sorumluluk işlevi, kişisel ahlak faktörünün bu bağlamdaki önemine işaret etmektedir.

Güç faktörü bu çalışmada dördüncü sırada önemli bir faktör olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, önceki çalışmalarda (Offerman, Kennedy ve Wirtz 1994; Tabak, Kızıloğlu ve Polat 2010; Tabak, Kızıloğlu ve Türköz 2013) benzerdir ve rekreasyonel lidere yönelik güç algısıyla, bir örgüt liderine yönelik güç algısının farklı olmadığını göstermektedir. Bu durum her iki grupta yer

alan takipçilerin liderin gücünü uzmanlık ve karizmatik unsurlara bağlamalarına bağlanabilir. Başka bir deyişle, ister bir kurumda ya da örgüt yapısı içinde, ister bir aktivite grubunda ve gönüllük esasına göre ortaya çıksın, liderin yönettiği işi bilmesi ve karizmatik olması önemlidir. Liderin bilgili olması ve karizmatik olarak algılanması aynı zamanda, değişimi kolaylaştırıcı ve davranışları dönüştürücü bir etki yaratacaktır. Bilgi ve güce dayalı bu bakış açısı, rekreasyonist algılarının realizm temelinde de açıklanabilir olduğuna gönderme yapmaktadır.

Buraya kadar yapılan açıklamalara bağlı olarak, rekreasyonel liderin, örgüt temelli liderlik modellerinden farklı olduğu, ancak bu farklılığın ortaya çıkmasında ortamın ya da bağlamın belirleyici olduğu ileri sürülebilir. Dolayısıyla, örtük liderlik modeliyle açıklanmaya çalışılan rekreasyonel liderliğin, aynı zamanda, durumsallık kuramı ve kimi felsefi yaklaşımlarla da açıklanabileceği söylenebilir.

Araştırmada, rekreasyonel liderlikle ilgili örtük algıların bazı göstergeler itibariyle farklılaştığı da görülmüştür. Örneğin, kapalı alanda yapılan aktivitelerde duyarlılık ve kişisel ahlak faktörleri açık alanda yapılan aktivitelerden daha fazla önemsenmektedir. Çünkü açık aktivite alanlarına kıyasla daha küçük ve kapalı olan bu samimi alanlardaki rekreasyonistler, liderlerinden cana yakın, hoşgörülü ve insana değer veren özelliklere sahip olmasını beklemektedirler. Cinsiyet bağlamında farklılık olduğunu ileri süren (Singer 1990; Paris 2004) araştırmaları destekleyen sonuçlara göre, kadın rekreasyonistler liderde beceriklilik ve gücü önemserken; erkek rekreasyonistler kişisel ahlak faktörüne önem vermektedirler. Bir diğer ifadeyle, kadın rekreasyonistler, liderlerin -aktiviteyi başarılı bir biçimde yürütüp sonlandırabileceği- doğrudan liderin aktiviteyle ilgili özelliklerine odaklanmışlardır. Eğitim durumu itibariyle örtük liderlik algılarında da farklılık saptanmıştır. Eğitim seviyesinin artmasının beceriklilik, duyarlılık ve güç faktörlerinde farklılık yarattığı görülmüştür. Söz konusu üç faktörde de lisans ve lisansüstü eğitim almış kişilerin ilk ve orta öğretim mezunlarının ortalamasına oranla her iki özelliğe daha fazla önem verdiği ortaya çıkmıştır. Kişisel ahlak faktörünün

ise eğitim düzeyine göre farklılaşmaması ise çarpıcı sonuçlardan biridir. Bu durum, hangi eğitim seviyesindeki gruplarla çalışılırsa çalışılsın rekreasyonel liderin kişisel ahlaka sahip olması gerektiğine işaret etmektedir. Ayrıca, eğitim düzeyi atıkça liderden beklenen beceriklilik beklentisinin de arttığı gözlenmiştir.

Sonuçta, açık alan rekreasyonel liderlerinde ileriye gören, işleri organize edebilen, problem çözen, hızlı ve doğru karar veren, takipçilerini motive eden ve eğiten özelliklere sahip olması beklenmektedir. Kapalı alan liderlerin ise cana yakın, cömert, hoşgörülü, insana değer veren ve güvenilir olma gibi özellikleri daha fazla önemli görülmüştür. Bu sonuçlara bakarak, kapalı alan aktivite liderlerinin belli kişilik özelliklerine; açık alan aktivite liderlerinin ise becerikli olma gibi davranışsal yönlerini geliştirmeye özen göstermeleri önerilebilir. Dolayısıyla, rekreasyonel liderlik ile ilgili algıların rekreasyonistlerin sosyodemografik göstergelerine göre farklılaştığı söylenebilir. Bu durum, rekreasyonel liderlerin, duruma göre olma yanında, kişiye, gruba ve grup dinamiklerine göre davranmasına işaret etmesi bakımından önemlidir. Rekreasyonistlerin liderlik beklentileri ile ilgili ayrıntılı olarak sunulan bu ipuçlarının rekreasyonel liderlere yol gösterici olması beklenmektedir. Yapılacak başka çalışmalarda, rekreasyonistlerin sahip olduğu kişilik özellikleri ile örtük liderlik algısı arasındaki ilişkilere bakılması ve liderlerin kendilik algılamalarının da belirlenmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, Y.S. ve Boyacı, M. (2013). Rekreasyon Kavramına Felsefi Yaklaşım, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (2): 1-10.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (17. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Calder, B. (1977). An Attribution Theory of Leadership in Behavior. İçinde B. Staw ve J. Salancik (Editörler), *New Directions in Organizational* (ss. 179-204). Chicago: St. Clair Press.
- Danford, H. G. ve Shirley, M. (1970). *Creative Leadership in Recreation*. Boston: Allyn and Bacon.
- Dorfman, P.W., Howell, J.P., Hibino, S., Lee, J.K., Tate, U. ve Bautista, A. (1997). Leadership in Western and Asian Countries: Commonalities and Differences in Effective Leadership Processes Across Cultures, *The Leadership Quarterly*, 8 (3): 233-274.

- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Edginton, C.R., Hudson, S.D. ve Ford, P.M. (1999). *Leadership in Recreation and Leisure Service Organizations*, Illinois: Sagamore Yayıncılık.
- Epitropaki, O. ve Martin, R. (2005). From Ideal to Real: A Longitudinal Study of the Role of Implicit Leadership Theories on Leader-Member Exchanges and Employee Outcomes, *Journal of Applied Psychology*, 90 (4): 659-676.
- Epitropaki, O. ve Martin, R. (2004). Implicit Leadership Theories in Applied Settings: Factor Structure, Generalizability, and Stability Over Time, *Journal of Applied Psychology*, 89 (2): 293-310.
- Eroğluer, K. (2014). Örtük Liderlik Üzerine Bir Analiz: İmalat Sektörü Çalışanlarının Kişilik Özelliklerinin Liderlik Algılarına Etkisi, *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5 (2): 105-147.
- Ewert, A. (1992). Group Development Through Experiential Education: Does It Happen?, *Journal of Experiential Education*, 15 (2): 56.
- Foti, R.J., Fraser, S.L. ve Lord, R.G. (1982). Effects of Leadership Labels And Prototypes on Perceptions of Political Leaders, *Journal of Applied Psychology*, 67 (3): 326-333.
- Gerstner, C.R. ve Day, D.V. (1994). Cross-Cultural Comparison of Leadership Prototypes, *The Leadership Quarterly*, 5 (2): 121-134.
- Green, P. (1981). The Content of a College-Level Outdoor Leadership Course for Land Based Outdoor Pursuits in The Pacific Northwest: A Delphi Consensus (*Basılmamış Doktora Tezi*). Eugene: University of Oregon.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. ve William, C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Beşinci Basım, Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall.
- Irwin, C. ve Phipps, M. (1994). The Great Outdoors and Beyond: Common Threads in Leadership Training On Land, in *The Air And in Space, Coalition for Education in The Outdoors Research Symposium Proceedings* (ss. 43-52). NY: Cortland.
- Jordan, D. (1989). A New Vision for Outdoor Leadership Theory, *Leisure Studies*, 8 (1): 35-47.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Keller, T. (1999). Images of The Familiar: Individual Differences and Implicit Leadership Theories, *Leadership Quarterly*, 10 (3): 590-607.
- Koçel, T. (2014). *İşletme Yöneticiliği (Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar)*. 14. Baskı. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Koommoo-Welch, P. (2008). Implicit Leadership Theories: Perceptions of Charisma, People, and Performance. (*Basılmamış Doktora Tezi*). North Caroline: North Carolina State University.
- Kouzes, J.M. ve Posner, B.Z. (2006). *The Leadership Challenge*. (Cilt 3). USA: John Wiley and Sons.
- Kozak, M.A., Maviş, F., Nergis, H.G. ve Çiçek, D. (2013). *Otel İşletmelerinde Yönetim (Fonksiyonel Yaklaşım)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M.A. ve Yüncü, D. (2009). Rekreasyonel Liderlik ve Grup Dinamikleri. İçinde N. Kozak (Editör), *Prof. Dr. Fermani Maviş Anı Kitabı* (ss. 45-80). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kraus, R.G. (1985). *Recreation Program Planning Today*. USA: Scott Foresman and Company.
- Kraus, R.G. ve Bates, B. J. (1975). *Recreation Leadership and Supervision: Guidelines for Professional Development*. USA: Saunders.
- Ling, W., Chia, R.C. ve Fang, L. (2000). Chinese Implicit Leadership Theory, *The Journal of Social Psychology*, 140 (6): 729-739.
- Little, D.E. ve Watkins, M. (2004). Exploring Variation in Recreation Activity Leaders Experience of Leading, *Journal of Park and Recreation Administration*, 22 (1): 75-95.
- Lord, R.G., Foti, R. J. ve De Vader, C.L. (1984). A Test of Leadership Categorization Theory: Internal Structure, Information Processing, and Leadership Perceptions, *Organizational Behavior and Human Performance*, 34 (3): 343-378.
- Lord, R.G. ve Maher, K.J. (2002). *Leadership and Information Processing: Linking Perceptions and Performance*. NY: Routledge.
- Long, T., Ellis, G., Trunnell, E., Tatsugawa, K. ve Freeman, P. (2001). Animating Recreation Experiences Through Face-To-Face Leadership: Efficacy of Two Models, *Journal of Park & Recreation Administration*, 19 (1): 1-22.
- Lumpkin, A. (1990). *Physical Education and Sport: A Contemporary Introduction*. St. Louis: Times Mirror.
- Maviş, F. (2006). *Otel Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Morgan, G.A., Leech, N.L., Gloeckner, G.W. ve Barrett, K.C. (2012). *IBM SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation*. UK: Routledge.
- Mosley, A.L. (1998). A Behavioral Approach to Leadership: Implications for Diversity in Today's Organizations, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 5 (1): 38-50.
- Myers, J.L., Well, A. ve Lorch, R.F. (2010). *Research Design and Statistical Analysis*. İngiltere: Routledge.
- Neal, M., Finlay, J.L., Catana, G.A. ve Catana, D. (2007). A Comparison of Leadership Prototypes of Arab and European Females, *International Journal of Cross Cultural Management*, 7 (3): 291-316.
- Offermann, L.R., Kennedy, J.K. ve Wirtz, P.W. (1994). Implicit Leadership Theories: Content, Structure, and Generalizability, *The Leadership Quarterly*, 5 (1): 43-58.
- Palmer, D.E. (2009). Business Leadership: Three Levels of Ethical Analysis, *Journal of Business Ethics*, 88 (3): 525-536.
- Paris, L.D. (2004). The Effects of Gender and Culture on Implicit Leadership Theories: A Cross-Cultural Study, *Academy of Management Proceedings*, B1-B6. Doi:10.5465/AMBPP.2004.13863009.
- Paşa, S.F. (2000). Türkiye Ortamında Liderlik Özellikleri. İçinde Z. Aycan (Editör), *Türkiye'de Yönetim ve İnsan Kaynakları Uygulamaları* (ss. 225-241). Ankara: Türk Psikoloji Derneği Yayınları.

- Phipps, M. (1984). Group Dynamics in Outdoors: A Model for Teaching Outdoor Leaders, *Conference on Outdoor Recreation: A Landmark Conference in The Outdoor Recreation Field* (ss. 171-188). Bozeman, Montana.
- Powell, W.T. (1923). *Recreational Leadership for Church and Community*. New York: The Methodist Book Concern.
- Priest, S. ve Gass, M.A. (2005). *Effective Leadership in Adventure Programming*. USA: Human Kinetics.
- Pruijt, H. (2002). Social Capital and The Equalizing Potential of the Internet, *Social Science Computer Review*, 20 (2): 109-115.
- Rush, M.C., Thomas, J.C. ve Lord, R.G. (1977). Implicit Leadership Theory: A Potential Threat to The Internal Validity of Leader Behavior Questionnaires, *Organizational Behavior and Human Performance*, 20 (1): 93-110.
- Saruhan, Ş.C. ve Özdemir, A. (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. İstanbul: Beta Basım.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, USA: John Wiley&Sons Inc.
- Singer, M. (1990). Implicit Leadership Theory: Are Results Generalizable From Student to Professional Samples?, *The Journal of Social Psychology*, 130 (3): 407-408.
- Stokowski, P.A., Long, P.T. ve Nuckolls, J.S. (1992). Recreation Leadership As a System of Social Ties, *Journal of Park and Recreation Administration*, 10 (2): 67-77.
- Subhash, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. Canada: John Wily & Sons Inc.
- Tabak, A., Kızıloğlu, A. ve Polat, M. (2010). Türkiye'de Örtülü Liderlik Kuramı: İçeriği ve Yapısı, *Çağ University Journal Of Social Sciences*, 7 (2): 72-86.
- Tabak, A., Kızıloğlu, A. ve Türköz, T. (2013). Örtülü Liderlik Ölçeği Geliştirme Çalışması, *Middle East Technical University Studies in Development*, 40 (1): 97-137.
- Tabak, A., Şeşen, H. ve Türköz, T. (2012). *Liderlikte Güncel Yaklaşımlar ve Uygulamada Kullanılabilecek Ölçekler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tichy, N.M. ve Devanna, M.A. (1990). *The Transformational Leader*. New York: Wiley.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management*. İngiltere: Routledge.
- Trevino, L.K., Hartman, L.P. ve Brown, M. (2000). Moral Person and Moral Manager: How Executives Develop a Reputation for Ethical Leadership, *California Management Review*, 42 (4): 128-142.
- Türetgen, Ö.İ. ve Cesur, S. (2010). İş Yaşamındaki Yönetici Liderliğe ve Siyasi Liderliğe Yönelik Örtük Liderlik Teorilerinin Karşılaştırılması, *Yönetim Dergisi*, 21 (67): 52-66.
- Van Emmerik, I.H., Euwema, M. C. ve Wendt, H. (2008). Leadership Behaviors Around The World the Relative Importance of Gender Versus Cultural Background, *International Journal of Cross Cultural Management*, 8 (3): 297-315.



Meryem AKOğLAN KOZAK

Ege Üniversitesi, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan 1980 yılında mezun oldu. 1987 yılında Çukurova Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO'da akademik hayata başlayıncaya kadar, TURBAN Urfa Oteli ve bazı özel otellerde yönetici olarak çalıştı. Yüksek lisans derecesini Hacettepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği dalından 1991 yılında, doktora derecesini de Gazi Üniversitesi Turizm İşl. Eğitimi dalından 1996 yılında aldı. 1990-1993 yılları arasında Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda görev yaptı. 1993 yılında Eskişehir MYO'ya geçti. Doçentlik unvanını 1999 yılında Turizm Bilim Dalından aldı. 2005 yılında Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği YO'ya 2011 yılında ise İşletme Fakültesi Konaklama Bölümüne profesör olarak atandı. Halen Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır. Kat Hizmetleri Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Otellerde Yönetim, Genel Turizm, Temizlik Teknolojileri, Otel Yönetimi, Özel İlgi Turizmi, Turizmde Etik gibi çok sayıda kitabın editör ve yazarıdır. Ayrıca, alanında çok sayıda makale ve bildirisi bulunmaktadır.



Çağdaş AYDIN

1987 yılında Ankara'da doğdu. İlköğrenimini Ankara'da, ankaya İlköğretim Okulu ve Özel Büyük İlköğretim Okulunda tamamladı. Lise öğrenimini ise Ankara Ayrancı Lisesinde bitirdi. Üniversite hayatına kadar yaşamını Ankara'da geçirdi. 2010 yılında Muğla Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Seyahat İşletmeciliği ön lisans programından mezun oldu. Aynı yıl Muğla Üniversitesinde dikey geçiş yaparak Muğla Meslek Yüksekokulu, Seyahat İşletmeciliği lisans programından mezun oldu. 2013 yılında üniversite yaşamını, üniversite ikincisi olarak tamamladı. Mezuniyetinin hemen arkasından Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesine, Araştırma Görevlisi olarak atandı. 2016 yılında yüksek lisansını tamamladı. Şu an Anadolu Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak mesleki yaşamını sürdürürken, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda da doktora eğitimine devam etmektedir.



Ceren AYDIN

1986 yılında Ankara'da doğdu. İlkokul, ortaokul ve lise yıllarını Ankara'da geçirdi. Üniversite hayatına 2007 yılında Muğla'da başladı. 2010 yılında Muğla Meslek Yüksekokulu, Seyahat İşletmeciliği ön lisans programından ikincilikle mezun oldu. Devamında, Dikey Geçiş sınavına girerek Muğla Üniversitesi Seyahat İşletmeciliği lisans programını kazandı. Haziran 2013 yılında Muğla Üniversitesi bünyesinde bulunan tüm fakülte ve yüksekokulları arasından birincilikle mezun oldu. Eylül 2013 yılında Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisansa başladı. Şu an Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı doktora programında öğrenimine devam etmektedir.

Uluslararası Turizm ve Uluslararası Barış: Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye Ziyaretçi Akımı Örneği, 1992-1999*

International Tourism and International Peace: The Case of Russian Visitor Flow from Russian Federation to Turkey, 1992-1999

Ali BAŞARAN*, Atay AKDEVELİOĞLU**

* Yrd. Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası İşletmecilik Bölümü, Kastamonu Yolu, Balıklar Kayası Mevkii, Demir Çelik Kampüsü, 78050, Merkez/Karabük.

E-posta: alibasaran3@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-1870-2495

**Yrd. Doç. Dr., Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Cemal Gürsel Caddesi, 06590, Cebeci/Ankara.

E-posta: akdevelioglu@ankara.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9162-0162

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 14 Ekim 2016

Düzeltilme: 15 Aralık 2016

Düzeltilme: 10 Şubat 2017

Kabul: 18 Şubat 2017

Anahtar sözcükler: Turizm, Uluslararası barış, Uluslararası ilişkiler, Yeltsin dönemi, Rusya Federasyonu.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 14 October 2016

Resubmitted: 15 December 2016

Resubmitted: 10 February 2017

Accepted: 18 February 2017

Key words: Tourism, International peace, International relations, Yeltsin's era, Russian Federation.

ÖZ

Tüm halklar, ülkeler, topluluklar arasında barışçıl ilişkilerin sürdürülebilir turizm marifetiyle beslenebileceği, güçlendirilebileceği ve ilerletilebileceği varsayılır. Makalenin amacı, bu hipotezi Yeltsin dönemi süresince Rusya Federasyonu'ndan (RF) Türkiye'ye ziyaretçi akımı örneğinde incelemektir. Çalışmada inceleme alanı olarak RF'den Türkiye'ye ziyaretçi akımı, incelenen zaman aralığı olarak 1992-1999 seçilmesinin nedeni uluslararası turizmin uluslararası barışa etkisinin belirlenmesinde en uygun örneklerden biri olmasıdır. Konuyla ilgili derinlemesine bilgi edinmek için veri toplama aşamasında ilgili istatistiklere, anlaşmalara, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü arşivine, Milliyet gazetesi arşivine başvurulmuş, VTSIOM¹ anketinden yararlanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular, ziyaretçi akımının iki ülke arasında siyasi sorunların tırmanmasını dizginlediğini ve iki toplumu birbirine yaklaştırdığını ortaya koymuştur.

ABSTRACT

It is postulated that peaceful relationships among all people, countries and communities be promoted, strengthened and nurtured through sustainable tourism. In this paper, it was aimed to examine the hypothesis the case of Russian visitor flow to Turkey in Yeltsin's era as a vehicle for promoting peace. The reasons why visitor flow from Russian Federation and time period 1992-1999 were selected as the study area are that this is one of the appropriate case for determination the effect of international tourism to international peace. In order to obtain in depth information about the subject, relevant statistics, agreements, Directorate General of Press and Information's archive, Newspaper Milliyet's archive were scanned and questionnaire of VTSIOM was benefited. Findings of the study showed that the visitor flow has curbed escalation of political problems between the countries and closed up the two communities.

GİRİŞ

Soğuk Savaş sonrası dünyada turizm ile barış arasındaki bağlantıya duyulan ilgi artmıştır. İlgili artışının nedenlerinden biri, Soğuk Savaşın bitişini öngöremeyen Realist kurama güvenin azalmasıdır. Bir diğer neden uluslararası siyasi sorunla-

rı tasvirle yetinen Realist yönteme karşın çözüm öneren, Eleştirel Kuramın araştırma yöntemine yönelimdir. Böylelikle turizmin barışa etkisi ve katkısına yönelik araştırmalar, yayınlar artmıştır. İrlanda, Kore ve Kıbrıs'taki siyasi sorunların çözümünde turizmin etkisine dair araştırmalar bunun bir göstergesidir.

Tüm halklar, ülkeler, topluluklar arasında barışçıl ilişkilerin sürdürülebilir turizm marifetiyle beslenebileceği ve ilerletilebileceği varsayılır. Dünya barışı turistlerin ait oldukları "dünya mozaiginden" daha çok şey gördüklerinde, farklı

¹ Bkz. <http://wciom.ru/about/aboutus/> ya da <http://wciom.ru/>

*Bu makale, Ali Başaran'ın Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan "Dış Siyasi, İktisadi İlişkiler Etkileşimi Çerçevesinde Yeltsin Dönemi Rusya-Türkiye İlişkileri" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

yaşam biçimlerini ziyaret edip öğrenmeleri ile ortaya çıkar (Lisle 2000: 94). Makalenin amacı bu hipotezi Yeltsin dönemi süresince Rusya Federasyonu'ndan (RF) Türkiye'ye ziyaretçi akımı örneğinde incelemektedir. Makale hazırlığı aşamasında uluslararası barış ile uluslararası turizm arasında etkileşime odaklanan Türkçe makaleye rastlanmadığı için bu makale önem kazanmaktadır. Ayrıca makale, anılan varsayımın geçerliliğini Türkiye-Rusya ilişkilerinde sınaması açısından önemlidir.

Önemli iki arşiv kaynağına erişilememesi araştırma verilerini sınırlamıştır. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Cumhuriyet Arşivi Yeltsin Dönemi (1991-1999) belgelerine erişim sağlamadığından, Dışişleri Bakanlığı ise arşivinin hiçbir tarih aralığına erişim imkânı vermediğinden araştırma için önemli olabileceği değerlendirilen belgelere ulaşılammıştır.

Nitel bir inceleme yaklaşımına sahip olan bu makalenin konusunu oluşturan Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye ziyaretçi akımının barışa etkisini açıklamadan önce SSCB'nin turizm politikalarını kısaca özetlemek yararlı olacaktır.

SSCB TURİZM POLİTİKALARI

Bir ülkenin yönetim biçimi ile uluslararası barış arasında bağlantı kuran araştırmalar mevcuttur². Bir ülkenin yönetim biçimi hem yurt içi hem uluslararası turizm hareketini kısıtlayıcı ya da özgürleştirici ya da teşvik edici olabilmektedir. Söz gelimi SSCB yönetiminin uzun süre yurt

² Örneğin Dean V. Babst özgür bir seçimle ülke yönetimine gelen hükümetlerin, barışçıl dış politika izleyecekleri ve kendi aralarında savaş yapmayacakları tezini ileri sürmüştür. Babst, deneysel çalışmasına temel teşkil eden verileri de Quincy Wright'ın 1942'de yayımladığı "Bir Savaş İncelemesi" çalışmasından derlemiştir. Bu çalışmada özellikle I. ve II. Dünya savaşlarına katılan devletler, siyasal sistemleri ve egemenlik biçimlerine göre tasnif edilerek incelemiştir. Rudolph J. Rummel ise "Çatışma ve Savaşı Anlama" başlıklı eserinde liberal devletler ve toplumlar arası barışçıl eğilimler olduğunu tespit etmiş, demokratik devletlerin daima diğerlerinden barışçıl oldukları iddia etmiştir (Büyükbaş ve Atıcı 2012: 3-4).

³ 27 Aralık 1932'de Politbüro tarafından onaylanan kararname ile SSCB içi seyahat ve yerleşme özgürlüğü kısıtlanmıştır (Kessler 2001: 483). 1934'ün ilk sekiz ayında 630.000'den fazla kişi serbest girişe kapalı şehirlerde pasaport kanunlarını ihlalden durdurulmuş, bunlardan 65.661'i tutuklanmıştır (Werth 2004: 118).

içi ve yurt dışı seyahat hürriyeti kısıtlanmıştır³. SSCB yönetimi hem yurt içi hem yurt dışı turizmi planlayıp yürütmüştür.

SSCB'de yurt içi turizm ve yurt dışı turizm siyasi bir araç olarak planlanıp uygulanmıştır. Stalin rejiminin son yıllarında turizm politikası yurt içine, Sovyet yurtsever eğitimine, Sovyet kimliğinin inşasına ve sosyalist anayurdun doğru anlaşılmasına odaklanmış, burjuva Batı ülke yönetimleri düşman olarak algılanmıştır (Gorsuch 2003: 760-761,781). Bu anlayış nedeniyle yurt dışı seyahat sayısı Stalin döneminde azdı. 1950'de SSCB'ye seyahat izni verilen yabancı sayısı sadece 2.134 kişiyle sınırlıydı. 1.893 SSCB vatandaşının ise turizm amaçlı yurtdışına çıkışına izin verilmiştir (Milliyet Gazetesi 1951: 6). Stalin'in ölümünden sonra SSCB yönetimi, vatandaşları için yurt dışı turizmi propaganda aracı olarak kullanabileceğini fark etmiştir (Ersöz 2012: 53). Ayrıca SSCB'de uluslararası turizm 1950'li yılların ortasından itibaren önemsenmiştir. Çünkü yabancı ziyaretçiler döviz kaynağı ve Sovyet iktisadi başarılarını göstermenin bir aracı olarak görülmeye başlanmıştır (Zhizhanova 2011: 2). Bu nedenlerle 1950'li yılların ikinci yarısından itibaren uluslararası turizm arttırılmıştır⁴. Arttırılan uluslararası

Tablo 1. SSCB'ye Seyahatler ve SSCB'den Seyahatler, 1956-1985

Yıllar	SSCB'ye ziyaret eden yabancılar	Yurt dışına seyahat eden SSCB vatandaşları
1956	486,000	561,000
1960	711,000	730,000
1965	1,3 milyon	1,2 milyon
1970	2 milyon	1,8 milyon
1975	3,7 milyon	2,5 milyon
1980	3 milyon	4 milyon
1985	6 milyon	4,5 milyon

Kaynak: (Assipova ve Minnaert 2014: 225).

⁴ 1957'de altıncı Dünya Gençler ve Öğrenciler Festivali Moskova'da gerçekleştirilmiştir. Festival 131 ülkeden 34.000 katılımcı sayısı ile rekora ulaşmıştır. Dış dünyaya kapatılan Moskovalılar için bu kadar çok yabancı olan dışıydı. Festival yorumları, görüntüleri, fotoğrafları için bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=MRI6VnXbG34> ve <https://www.youtube.com/watch?v=UTRd0kJuYuo> <http://photochronograph.ru/2014/06/17/festival-druzhby-narodov-v-1957-godu/> Erişim tarihi: 09 Şubat 2017.

turizme ilişkin rakamlar Tablo 1'de görülmektedir. SSCB vatandaşları genelde Doğu Bloku ülkelerine yönlendirilmiştir. Uluslararası turizm 1980'li yıllara özellikle de Gorbaçov dönemine kadar SSCB ile Sosyalist ülkeler arasında değişim temelinde ilerlemiştir (Orlow 2014: 26).

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nde sayılan özgürlüklerden biri de hem yurt içinde seyahat hem de yurt dışına seyahat özgürlüğüdür⁵. Ancak 1960-1970 yılları arasında SSCB vatandaşlarının sadece %0,4'ü yurtdışına seyahat edebilmiştir. SSCB'de seyahat, yönetimin müsaadesine tabiydi. SSCB'de Gorbaçov dönemine (1985-91) kadar yurt dışına, özellikle de Batı Bloku ülkelere seyahat özgürlüğü kısıtlanmıştır. Yurt dışına seyahat KGB (Комитет государственной безопасности-Devlet Güvenlik Komitesi) tarafından kontrol edilmiştir. Genelde sosyalist ülkelerden Çekoslovakya, Doğu Almanya, Polonya, Macaristan, Romanya ve Bulgaristan'a seyahate müsaade edilmiştir. Yurt dışına seyahat edecek vatandaşların belirlenmesi için kurallar oluşturulmuştur. Yurt dışına seyahat edecek adaylardan Sovyet ideolojisine inanmış ve Sovyet vatandaşı ahlaki değerlerini taşıyanlara müsaade edilmiştir. Aile ile seyahat (eş ve çocuklarla birlikte) yasaklanmıştır. Seyahat edilen ülkeye göre değişen miktarda döviz satın alınmasına müsaade edilmiştir. Seyahat dönüşü SSCB'ye döviz getirmek yasaklanmıştır (Zhizhanova 2011: 7-9; Orlow 2014: 27).

SSCB'nin etkilendiği/etkilediği dış siyasi olaylar dış seyahatlere yansımıştır. 1956 Macaristan bunalımı turist akımını etkilerken buhran sonrası turist akımı çok artmıştır. 1950'lerin ikinci yarısında Mısır ile artan olumlu siyasi ilişkiler nedeniyle Mısır, Sovyet turistlerin destinasyonuna eklenmiştir. Sosyalist olsalar da ihtilafa düşülen Çin Halk Cumhuriyeti ve Arnavutluk Sosyalist Halk Cumhuriyeti 1961'de Sovyet turistlerin seyahat edebileceği ülkeler arasından çıkarılmış-

tır. 1964'de Küba ve Meksika listeye eklenmiştir (Zhizhanova 2011: 7-9; Orlow 2014: 27).

SSCB'nin Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Helsinki Nihai Senedini 1 Ağustos 1975'te imzalaması sonrasında SSCB vatandaşlarının yurtdışına çıkış ve giriş müracaatları serbestleştirilmiştir. Bundan önce SSCB yasaları ve uygulaması, uluslararası düzenlemeleri dikkate almıyordu. 1990'lı yıllarda uluslararası düzenlemelere tamamen uyan mevzuat yönünde ilerlenmiştir.

SSCB-Türkiye turizm ilişkileri SSCB yönetiminin turizm politikası ve değişikliklerinden etkilenmiştir. Türkiye'ye seyahatler 1990'lı yıllarda artmıştır. 1990'lı yıllara kadar Türkiye'ye SSCB'den ziyaretçi sayısı çok mahduttur. 1990'lı yıllarda Türkiye'ye artan seyahat sayısının barışa tesirinin belirlenmesi önemlidir. Bu makalenin amacı tüm halklar arasında barışçıl ilişkilerin sürdürülebilir turizm marifetiyle beslenebileceği ve ilerletilebileceği varsayımını test etmektir. Yine makale Türkiye ile SSCB'nin karşıt (düşman) bloklarda yer aldığı yıllarda yöneticilerce iki toplumda oluşturulan önyargıların değişim ve dönüşümüne ziyaretlerin etkisini ortaya çıkarmaktır. Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye ziyaretlere ilişkin çok sayıda araştırma olmasına karşın ziyaretlerin barışa tesirini konu alan bir eserin olmaması, bu makaleyi diğer çalışmalardan farklılaştırmaktadır.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Öncelikle turizm ile güvenlik arasındaki etkileşimi açıklamak gerekmektedir. Uluslararası turizm siyasi ilişkileri etkilerken, siyasi sistemler ve olaylar da uluslararası turizm hareketini olumlu ya da olumsuz yönde etkiler (Kozak, Kozak ve Kozak 2001: 11). Bir destinasyona yurt içi ya da yurt dışı turizm talebi ile o destinasyonun tehlikelerden uzak olması arasında bağlantı vardır⁶.

⁵ İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi Madde: 13.

1- Herkes herhangi bir devletin arazisi dâhilinde serbestçe seyrüsefer ve ikamet eylemek hakkını haizdir.

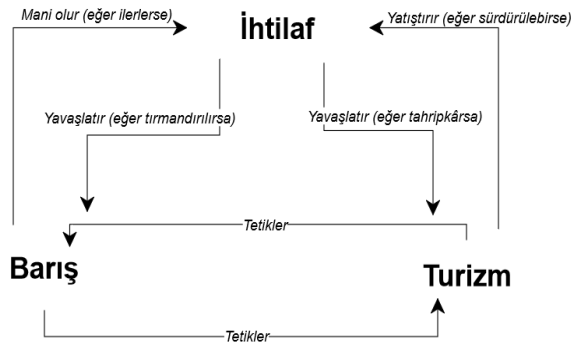
2- Herkes, kendi memleketi de dâhil olduğu halde, herhangi bir memleketi terk etmek ve memleketine tekrar dönmek hakkını haizdir (Resmi Gazete 1949).

⁶ Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 20'nci Genel Kurulunda Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Özgür Özaslan, barış ve istikrarın, gerek havayolu taşımacılığı gerekse turizm hacmi üzerinde hayati öneme haiz olduğunu belirtmiştir. Müsteşar Özaslan, herhangi bir coğrafyada ortaya çıkan huzursuzluk veya istikrarsızlığın, turizm hacminde sert düşüslere neden olarak diğer bölgelere de yansıtacağını bildirmiştir. Özaslan, ülkelerin turizm potansiyelinden faydalanabilmelerinin tek yolunun küresel barış ve istikrardan geçtiğinin altını çizmiştir (Özaslan 2013).

Güvenli olmayan destinasyonları turistler tercih etmez ve dışişleri bakanlıkları vatandaşlarını tehlikeli destinasyonlara gitmemeleri hususunda uyarır. Bu nedenle iç güvenliğin temini ve sürdürülmesine ek olarak uluslararası çatışmalardan kaçınmak için hem turizm işletmeleri hem ilgili sivil toplum örgütleri hem de seçmenlerden oy alma kaygısı taşıyan hükümetler çaba sarf etmektedirler.

Şekil 1'de gösterildiği üzere iki ülke arasında turizm ilişkileri, barışa erişme ve barışın sürdürülmesini tetikler. Barış-turizm, turizm-barış döngüsü tetiklenir. Turizm-barış, barış-turizm döngüsü iki ülke arasında ihtilaflara mani olur, ihtilafları yatıştırır. İki ülke arasında ihtilaf tahripkârsa turizm hareketi yavaşlar aynı zamanda iki ülke arasında barışa erişim yavaşlar.

Bir destinasyondaki turizm işletmecileri talebin azalmaması için iç güvenliğin temini yönünde lobi faaliyetlerinde bulunurlar. Kenya tecrübesi lobi faaliyetlerine örnek olarak ele alınabilir. Kenya'da 1980'den beri genel seçim sürecinde iç güvenliğe ilişkin kaygı, şiddet artışı yurtdışından turizm talebini olumsuz etkileyegelmiştir.



Şekil 1. Çatışma, Barış ve Turizm Etkileşimi

Kaynak: Upadhayaya, Müller-Böker ve Sharma 2011: 23.

Tablo 2. Uluslararası İlişkiler Ekolleri ve Turizm

Ekollerin ikiye ayrımı	Realizm	İdealizm	
Ekollerin üçe ayrımı	Realizm/Klasik Gelenek	Liberalizm/Küresel Toplum	Yeni Marksizm/Tarihçi Materyalizm
Turizmin rolü	Devletler için gelir. Diplomasıye yardım eden altyapı ve araç	Karşılıklı anlayış için bir politika ve farklı ülkelerin halkları arasında daha fazla etkileşimin oluşumu	İktisadi mübadele insanlığın çoğu için olumsuz sonuç doğurur

Kaynak: Webster ve Ivanov 2013: 169.

Uluslararası medyada 2007 genel seçimleri sonrası şiddete yer verilmesi Kenya'ya gelen turist sayısını 2008'de %33,8'den fazla düşürmüştür. Talep düşüşü Kenya ekonomisine olumsuz tesir etmiştir. 2002'den itibaren genel seçimlerin turizm olumsuz etkisini gidermek için turizm işkolu temsilcileri büyük gayret sarf etmektedir (Lagat, Kiarie ve Njiraini 2014: 201).

Uluslararası turizmin iktisadi yararlarını tetik eden çokça eser varken turizmin uluslararası barışa etkisini, siyasi yararını ele alan az sayıda araştırma bulunmaktadır (Webster ve Ivanov 2013: 167). Uluslararası turizm ile uluslararası barış arasındaki etkileşimi Uluslararası İlişkiler Anabilim dalının araştırması beklenirdi, ne var ki Uluslararası İlişkiler Anabilim dalının 20'nci yüzyılın ilk çeyreğindeki kuruluşundan günümüze bu etkileşimi göz ardı ettiği görülür. Uluslararası İlişkiler bilim dalının üç ekolünün turizm ile barış arasındaki etkileşime bakışını irdelemek yerinde olur. Tablo 2'de Uluslararası İlişkiler ekollerinin turizme bakışı gösterilmiştir. Turizmin barışa katkısı liberalizm altında toplanan kuramlarca teyit edilirken Yeni Marksizm altında toplanan kuramlarca reddedilir. Realizm ise uluslararası turizmi diplomasinin bir aracı olarak görür.

Alanyazında uluslararası turizm (seyahatler) ile uluslararası barış etkileşimine odaklanan araştırmalar konuyu üç yönden ele almaktadır: İlki mevcut siyasi sorunların görüşülmesi sürecinde uluslararası seyahat hareketliliğinin, ziyaretlerin katkısına daıdır. İkincisi seyahatlerin, turizmin doğabilecek, tırmanabilecek siyasi sorunları dizginlemesine ilişkindir. Üçüncüsü bir ülkenin yönetim biçimi ile ülkeler arasındaki siyasi sorunların uluslararası turizmi, seyahatleri sınırladığına ilişkindir.

Siyasi sorunların görüşülmesi sürecinde uluslararası seyahat hareketliliğinin, ziyaretlerin katkısı İrlanda, Kore ve Kıbrıs örneklerinde araştırılmıştır. İrlanda Hükümeti ve Kuzey İrlanda Yönetimi ortaklığıyla "İyi Cuma Anlaşması" çerçevesinde İrlanda'yı bir turizm destinasyonu olarak pazarlamayı amaçlayan "Tourism Ireland Ltd" 2002'de kurulmuştur. 2013 itibarıyla değerlendirildiğinde siyasi gerilim ve siyasi kaynaklı şiddet azaltılıp barışçıl bir ortam oluşturulmuş, böylelikle taraflara turist akımı artmıştır⁷. Turist akımı barış sürecini güçlendirmiştir (Webster ve Ivanov 2013: 171-173).

Kuzey ve Güney Kore deneyimi savaş sonrasında taraflar arasında barış anlaşması görüşmeleri sürecine turizmin katkısına ilişkin örneklerden biridir. Kuzey Kore rejimi dünyadan tecrit politikası uygulamaktadır. Kuzey Korelilere çocukluktan itibaren, Güney Koreliler tarafından "zavallı, fakir ve kapitalistler tarafından sömürülüyor" ifadesi ezberletilmektedir. Kasım 1998'de işletmeye açılan Mt. Kumgang turizm projesine kadar özel kişiler arasında hemen hemen hiç irtibatın olmaması iki ülke halklarında şüphe ve korkuları pekiştirmiştir (Kim, Prideaux ve Prideaux 2007: 292, 294).

1990'da Kim ve Crompton turizmin Kuzey ve Güney Kore'nin birleşmesine katkı sağlayacağını iddia etmiştir. Güney Kore yönetimi halklar, iş dünyası ve devletler arasında bağlantıların artmasıyla tekrar birleşmenin başarılabilirliğini varsaymıştır. Bu politik bakış açısı 1998'de yürürlüğe konan güneş ışığı politikasında somutlaşmış ve bilahare Başkan Moo-hyun Roh tarafından güncellenmiştir (Kim, Prideaux ve Prideaux 2007: 292-293). Mt. Kumgang turizm projesi, barışa zayıf ve yavaş bir katkı sağlamıştır (Cho 2007: 567).

Siyasi sorunların görüşülmesi sürecinde uluslararası seyahat hareketliliğinin katkısının araştırıldığı bir diğer ülke Kıbrıs'tır. 1990'da Kim ve Crompton turizmin Kuzey ve Güney Kore'nin birleşmesine katkı sağlayacağını iddia etmişken

Sevil F. Sönmez ve Yorghos Apostolopoulos da Kuzey ve Güney Kıbrıs arasındaki sorunların çözümünde süregelen siyasi çabaların başarısız olduğunu, diplomasi dışında yeni bir anlayışa ihtiyacı, 2000 yılında belirtmiştir. Kuzey ve Güney Kıbrıs yönetimlerinin turizme ilişkin kısıtlamaları kaldırıp, işbirliği yapmalarını önermiştir (Sönmez ve Apostolopoulos 2000: 40-41).

Sevil F. Sönmez ve Yorghos Apostolopoulos'un 2000 yılındaki diplomasi dışında yeni bir anlayışa ihtiyacı belirtip turizme ilişkin kısıtlamaların kaldırılması önerisinin sonraki yıllardaki uygulanması, önerinin yararını teyit etmiştir. Karşılıklı geçişlerin Kıbrıs'ta barışa katkısının olduğu söylenebilir. Nitekim Uluslararası Kriz Grubuna göre Mart 2014 itibarıyla Kıbrıs'ta mevcut durum, uzun ömürlü ve barışçıl görülmüş, sürekli olarak daha iyiye gittiği belirtilmiştir (N°229 2014). Ancak Rüştü Yılmaz'a göre açılan sınır kapılarının müzakerelere olumlu etkisinin olduğunu ve iki halkı kaynaştırdığını söylemek güçtür (Yılmaz 2014: 359-360).

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırmalarda sıklıkla başvurulan belge incelenmesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma soruları büyük ölçüde doküman incelemesi ile cevaplanmaya çalışılmıştır. Bir diğer nitel araştırma yöntemi olan mülakatlardan ise başka araştırmalarda yer aldığı kadarıyla istifade edilmiştir.

Çalışmanın Amacı

Tüm halklar arasında barışçıl ilişkilerin sürdürülebilir turizm marifetiyle beslenebileceği ve ilerletilebileceği varsayılır. Makalenin amacı bu hipotezi Yeltsin dönemi süresince Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye ziyaretçi akımı örneğinde incelemektedir. Bu genel amaca bağlı olarak cevabı aranan araştırma soruları şunlardır;

- SSCB-Türkiye turizm ilişkileri nasıl seyretmiştir? Turizm ilişkilerinin barışa tesiri olmuş mudur?
- RF-Türkiye ilişkileri nasıl seyretmiştir? Turizm ilişkilerinin barışa tesiri olmuş mudur?

⁷ Belfast'a turizmin istihdam oluşturmamasının silahlı grupların silah bırakması-na vesile olacağı umuluyor (UNEP, United Nations Environment Programme 2016).

- SSCB ve Türkiye'nin Soğuk Savaşta karşıt bloklarda yer alması dolayısıyla yöneticilerce oluşturulan önyargılar RF yönetici ve topluma aksetmiş midir?
- RF toplumu ve yöneticilerine akseden önyargılara RF'den Türkiye'ye ziyaretlerin etkisi nasıl olmuştur?
- RF ile Türkiye arasındaki siyasi sorunların dizginlenmesine ziyaretlerin etkisi olmuş mudur?
- RF ve Türkiye'de iç güvenlik sorunları turizme nasıl aksetmiştir?
- Halklar arasında barışçıl ilişkilerin sürdürülebilir turizm marifetiyle beslenebileceği ve ilerletilebileceği varsayımı Yeltsin dönemi RF'den Türkiye'ye ziyaret akımı örneğinde teyit edilmiş midir?

Veri Toplama

Araştırma için ilgili dönemin (1992-1999) verileri toplanmıştır. T.C. Dışişleri Bakanlığı anlaşmalar veritabanı, istatistikler, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü arşivi, Milliyet gazetesi arşivi, VTSİOM⁸ anketi sonuçları (Aksay 2004: 6) ayrıca Rusça ve Türkçe yayınlanan Avrasya İşbirliği Perspektif Dergisi'nin ilgili sayılarından veriler toplanmıştır.

Geçerlik ve Güvenilirlik

Araştırma betimsel geçerlik, yorumlayıcı geçerlik, kuramsal geçerlik, genellenebilir geçerlik, değerlendirmeci geçerlik ölçütlerinin farkındalığıyla yürütülmüştür. Araştırma verileri betimsel geçerliğe (descriptive validity) uygun toplanmıştır. Mümkün olduğunca ilgili tüm veriler önyargısız toplanmıştır⁹. Veriler, tasnif ve tasvir edilmiştir. Verilerin güvenilirliği teyit edilmiştir. İki veri arasında tutarsızlık (rakam, tarih ya da çeviri farklılığı, olayın tespit ve yorumuna ilişkin fark) tespit edildiğinde mümkünse asıl kaynağa ulaşılmış ya da aynı konuda bir üçüncü veri bulunmuştur. Tutarsızlığa çözüm bulunamaması

durumunda tutarsızlık açıklanmış ya da genelde kabul gören görüş benimsenmiştir¹⁰.

BULGULAR

Bulgular yanıtı aranan sorulara paralel olarak başlıklar halinde aşağıda sunulmuştur.

SSCB-Türkiye Turizm İlişkileri, 1985-1991

1985'te Mihail Sergiyeviç Gorbaçov'un Komünist Parti Sekreterliğine getirilmesine kadar SSCB devri boyunca SSCB'den yurt dışına seyahatler, özellikle Doğu Bloku dışına kısıtlandığından SSCB-Türkiye arası seyahatler de sınırlı sayıda kalmıştır. SSCB, Gorbaçov dönemiyle birlikte dışa kapalı bir ülke olmaktan uzaklaşmıştır. Yeltsin döneminde RF-Türkiye turizm ilişkileri, seyahatler, Gorbaçov döneminin mirası üzerinden ilerlemiştir. Gorbaçov'un glasnost politikasıyla KGB kontrolü azalıp¹¹, SSCB vatandaşlarının yurt dışına serbest çıkışı kolaylaştığından Türkiye'ye seyahatler artmıştır. SSCB'nin feshi/dağıtılması sonrasında ise Türkiye'ye gelen RF vatandaşlarının sayısı katlanmıştır (Demirtaş ve Başaran 2001: 278).

RF-Türkiye Turizm İlişkileri, 1991-1999

Türkiye, RF'nin bağımsızlığını 24 Aralık 1991'de tanıyarak¹² SSCB-Türkiye ilişkileri devrini kapatmış, RF-Türkiye ilişkileri devrini başlatmıştır. Bundan sonra SSCB-Türkiye turizm ilişkilerinin yerini RF-Türkiye turizm ilişkileri almıştır. SSCB sonrası bağımsız Rusya Federasyonu'nda Boris Nikolayeviç Yeltsin başkanlık seçimlerini iki kez kazanmıştır. Yeltsin döneminin birinci yarısında (ikinci başkanlık seçimlerine kadar) RF vatandaşları genelde Türkiye'yi bavul ticareti için ziyaret

¹¹ KGB 7'nci direktörlüğü Sovyet vatandaşları ve yabancıları gözetlemekle görevliydi. KGB'nin varlığına 3 Aralık 1991'de resmen son verilmiştir.

¹² SSCB'nin uluslararası hukuk süresi olarak ne zaman sona erdiği tartışmalıdır, bkz. (Hüseynov 2003: 391-392). Birleşmiş Milletler RF'nin üyeliğine ilişkin 24 Aralık 1991 tarihli mektuba atıfta bulunur, bkz. <http://www.un.org/en/members/>, Erişim tarihi: 06.02.2015. 17 Aralık 1991'de Gorbaçov ile Yeltsin SSCB'yi 1 Ocak 1992'ye kadar sona erdirmekte anlaşılır. 25 Aralık 1991'de SSCB bayrağı Kremlin'den indirildi, bkz <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/books-and-monographs/at-cold-war-end-us-intelligence-on-the-soviet-union-and-eastern-europe-1989-1991/art-1.html#rtoc12>, Erişim tarihi: 02.02.2015.

⁸ Bkz. <http://wciom.ru/about/aboutus/> ya da <http://wciom.ru/>

⁹ T.C. Dışişleri Bakanlığı Arşiv Otomasyon Projesi devam ettiğinden bazı verilere ulaşılamamıştır.

¹⁰ Örneğin SSCB'nin sona erdiği tarih.

ederken, Yeltsin döneminin ikinci yarısında tatil maksatlı ziyaretler artmıştır. Yeltsin döneminin birinci yarısında bavul ticareti için İstanbul'a gelen Rus kadınları "Nataşa"¹³ olarak algılanmıştır. Sonraki yıllarda Türkiye'nin değişik şehirleri Rus bavul turistlerini çekmeye çabalamıştır. Örneğin İzmir Ticareti Odası üyeleri bavul turizmini İzmir'e çekmek için Moskova'yı ziyaret etmiştir (Gürek 1995: 9).

Yeltsin döneminde artan seyahatler gereği iki ülke arasında turizme ilişkin anlaşmalar imzalanmıştır. RF Kültür Bakanlığı ile T.C. Kültür Bakanlığı arasında 6 Temmuz 1992 tarihli İşbirliği Protokolü imzalanmıştır. 19 Temmuz 1994'te, "T.C. Hükümeti ile RF Hükümeti Arasında Bilimsel ve Kültürel İşbirliği Yapılmasına İlişkin Anlaşma" imzalanmıştır¹⁴. Yeltsin döneminde turizme münhasır ilk anlaşma; 24 Mart 1995'te imzalanan "Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Rusya Federasyonu Hükümeti Arasında Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması" dır¹⁵. T.C. Moskova Büyükelçiliğinin bağlı birimi olarak 1995'te Kültür ve Tanıtma Müşavirliği kurulmuştur¹⁶.

Yeltsin döneminin ilk yarısında Türkiye'ye seyahatlerde bavul ticareti önemli bir etken iken Yeltsin döneminin ikinci yarısında "Türkiye'de harika tatil" imajı tüm RF'ye yayılmış, tatil amaçlı seyahatler artmıştır. Seyahat acentaları, 1990'lı yılların başında, hem alışveriş turları hem de tatil turizmi alanında çalışmışlardır. Gorbaçov döneminin son yıllarında ve Yeltsin döneminin ilk yıllarında hızla artan ziyaretçi sayısı ile birlikte RF vatandaşlarının bir kısmı 1994'ten itibaren Türkiye'de yaşamaya başlamıştır. Evlenen RF ve

Türk vatandaşları sayısı artmış, çocuklar doğmuştur¹⁷. Evliliklerin dostluk ve hoşgörü ortamını geliştirdiği ifade edilmiştir (Özel 2014: 62, 64).

Turizmle birlikte Türkiye'de RF kökenli çalışan sayısı artmış, bunlar yaşadıkları şehirlerde küçük bir grup oluşturmuşlardır. 1998'de Türkiye'de resmen 2.080 RF vatandaşı çalışmaktaydı. Gayri resmî olarak çalışanların sayısı bilinmiyordu. 2000 yılında 19.856 Rusya doğumlu kişi yaşıyordu, 13.806 kişi RF tabiiyetindeydi (Yakar 2013: 504-505). Deniz ve Özgür Antalya'da yaşayan 320 Rus ile yaptıkları ankette %8'inin (25,6 kişi) 1994-1999 yılları arasında Antalya'ya yerleştiği bulgusuna erişmişlerdir. Yerleşen ailelerin çocukları için ilköğretim ve turizm lisesi kısımları bulunan Özel Rus Uluslararası Okulu 2000 yılında Antalya'da faaliyete geçmiştir (Deniz ve Özgür 2010: 20-22).

RF-TÜRKİYE TURİZM İLİŞKİLERİNİN BARIŞA ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

SSCB'nin son yıllarına kadar turizmin barışa tesiri yoktu. Çünkü seyahat, ziyaret sayısı iki toplumu ve yöneticileri etkileyebilecek sayıdan çok uzaktı. SSCB'nin son yıllarında ve SSCB sonrası turizmin barışa olumlu tesiri artmıştır. SSCB sonrasında RF yönetiminin, Rusya toplumunu ve seçmenlerini dikkate almadan genelde dış ilişkilerini özeldense turizm ilişkilerini düzenleme ve yürütme olanağı nispeten azalmıştır. SSCB'den farklı olarak RF'de serbest seçimlerle yöneticilerin belirlenmesi sürecine girilmesi, seçmenleri gözetken dış politika izlenmesi sonucunu doğurmuş, bu durum Türkiye ile RF ilişkilerine olumlu yansımıştır.

RF vatandaşları Türkiye'yi en çok ziyaret eden ilk üç ülke yurttaşları arasına girmiştir. Böyle olunca, Türk turizmcileri kazançlarını olumsuz etkileyecek (Avrasya Feribotu, Çeçenistan Savaşı, PKK terörü) siyasi gelişmelere karşı durmuşlardır. Yeltsin döneminde ziyaretler RF ve Türkiye siyasetini etkilemiştir. Turizmin RF'de iç siyasi hesapları etkilediğine dair güzel bir örnek 1996 seçimleridir. Yeltsin, Mart 1996 tarihli bavul ticaretine vergi düzenlemesini 16 Haziran 1996'da yapılacak başkanlık seçimleri öncesi oy kaybına uğrayacağı gerekçesiyle geri çevirmiştir. 20

¹³ Наталья Rusya'da yaygın kadın isimlerinden biridir. Nataşa (Наташа) Rusların resmi olmayan ortamlarda kullandıkları Natalya'nın (Наталья) kısaltılmış şeklidir. 1918-1920'li yıllarında İstanbul'da yaşayan Beyaz Rus kadınlar Haraşo olarak adlandırılmıştır. Haraşolar da Nataşalar da Türk erkeklerini cezbetmiştir. "Moskova'da ünlü Cosmos Otel'e kalabalık bir Türk işadami grubunun geldiğinin duyulmasının ardından, Cosmos Otel'i'ndeki Nataşa sayısı 2-3 kat arttı." (Gürek 1995:9).

¹⁴ Anlaşma metni için bkz. <http://ua.mfa.gov.tr/files.ashx?3675>, Erişim tarihi: 30.06.2010.

¹⁵ Anlaşma metni için bkz: <http://ua.mfa.gov.tr/files.ashx?2693>, Erişim tarihi: 31.10.2014.

¹⁶ <http://moskova.be.mfa.gov.tr/Mission.aspx>, Erişim tarihi: 09.03.2016. İlk müşavir olarak Ali S. Gitmez görev yapmıştır.

¹⁷ Bkz. <http://t24.com.tr/haber/turkiyedeki-gizli-rus-ordusu,266239>, Erişim tarihi: 11.03.2016. <http://www.hurriyet.com.tr/turk-rus-karma-evliliklerinin-melez-cocuklari-9125154>, Erişim tarihi: 11.03.2016.

milyon civarındaki bavul tüccarı, seçim öncesi "Turizm ve Girişim" adlı bir lobi oluşturmuştur. Lobinin başkanı Olga Yolkoa; "Yaptığımız işin önündeki engelleri temizleyecek bir hükümet istiyoruz. 20 milyon kişiyiz, gümrük engellerini kaldırırorsa oyumuzu Yeltsin'e vereceğiz" demiştir (Milliyet Gazetesi, 31.05.1996: 9). Turizmin etkisi Türkiye'deki iç siyasi hesaplara da yansımıştır. Seyahatlerden ve bavul ticaretinden istifade eden seçmenlerin oylarını almak için hükümet girişimlerde bulunmuştur. RF'nin bavul ticaretini kısıtlama çabalarına karşın Türk makamları bavul ticaretini kolaylaştırıcı önlemler almıştır (Komsomolskaya Pravda 1996).

Yeltsin döneminde Türkiye ile RF toplum ve yöneticileri için turizmin neyi ifade ettiğinin, işlevinin açıklanması gereklidir. Yeltsin döneminde turizm, Türk ve RF toplumları için sadece nakdi değer ifade etmemiş, iki toplumun birbirini tanımalarının en önemli vasıtalarından birini oluşturmuştur. Soğuk Savaş yıllarında Türk ve Sovyet toplumlarının doğrudan temasları olmadığından halklar siyasi iradece yürütülen propagandalar çerçevesinde karşı tarafı algılamışlardır. 1980'li yıllarda Sovyet toplumunun Türkiye ve Türk algılayışını Hakan Aksay ifade etmiştir:

"Eylül 1981'de Sovyetler Birliği'nde öğrenime başladığım sıralarda ortalıkta pek Türk yoktu. Sınıf arkadaşlarım Türkiye'nin haritadaki yerini bilmezdi. Daha yaşlı olanlar, "ABD'nin sadık müttefiki" dedikleri Türkiye'den geldiğim için benimle konuşurken ihtiyatlı davranırlardı. Komşu olmamıza karşın bilinmez ve uzak ülkelere özgü silik bir izlenimimiz vardı. 'Aa, hiç Türk görmemişim' cümlesini çok sık duyardım." (Aksay 1997: 3).

SSCB'nin son yıllarında ve sonrasında RF-Türkiye arasında seyahatler arttıkça, toplumlar birbirini tanıdıkça yöneticilerce oluşturulan, beslenen, süregelen olumsuz algılar, önyargılar izale eğilimine girmiştir. Milyonlarca seyahat yöneticilerce Soğuk Savaş yıllarında iki toplumda oluşturulan önyargıların izalesinde önemli bir rol oynamıştır (Özdal, Özertem, Has ve Demirtepe 2013: 64). Türkiye'yi ziyaret edip RF'ye memnun dönen milyonlarca RF vatandaşının zihninde Türk ve Türkiye imajı değişmiştir. Turistler SSCB devrinde yöneticilerce oluşturulan histerik kâlıplarından kurtulmuşlardır. Türkiye'den mem-

nun ayrılan turistler ilişkilerin olumlu seyretmesinde önemli bir rol oynamaya başlamışlardır. Türkiye'den memnun ayrılan RF turistlerinden birisi de ileride Yeltsin dönemi başbakanlarından olacak Vladimir Putin idi (Milliyet Gazetesi 02.09.2004: 16; Başaran 2013: 263).

Seyahatlerle birlikte diplomatların tavrı da büyük ölçüde değişmiştir. Yeltsin dönemi diplomatları SSCB devrinde oluşan önyargıların giderilmesinden yana tavır göstermişlerdir. Yeltsin dönemi Moskova Büyükelçilerinden Nabi Şensoy diplomatların yaklaşımını ortaya koymuştur: "Turizmin rolü sadece ekonomik getirisiyle sınırlı değildir. Turizm uzun yıllar boyunca birbirinden izole edilmiş Türk ve Rus halklarının birbirini tanması ve yakınlaşması için bir vesile olarak görülmelidir." (Kononov, Kornilov ve Özbay 2006: 37).

Seyahat ve ticaretle birlikte Gorbaçov döneminin son yıllarında milletvekillerinin önyargıları da değişmiştir. TBMM'nin 1989 ve 2010 tarihli iki tutanağı milletvekillerindeki bu değişimini ortaya koymaktadır:

GÜNEŞ GÜRSELER (Tekirdağ) — Şimdi Moskova'ya gidiliyor...

DEVLET BAKANI GÜNEŞ TANER (Devamla) — Moskova'ya gidiyorsunuz... Moskova'ya gitmek kötü mü?

GÜNEŞ GÜRSELER (Tekirdağ) — Bir zaman da "Moskova'ya Moskova'ya..." diyordunuz...

DEVLET BAKANI GÜNEŞ TANER (Devamla) — Yani, komşunuzla ticaret yapmanız fena mı? (SHP sıralarından gürültüler) (TBMM Tutanak Dergisi 1989: 132-133).

AKIN BİRDAL (Diyarbakır) — ... Ne paradokstur ki geçmişte "Komünistler Moskova'ya!" diyorlardı, şimdi iş adamları Moskova'da konuşlandılar, yerleştiler ve de Nazım'ı anıyorlar (TBMM Genel Kurul Tutanağı 2010: 7).

Moskova Büyükelçisi Bilgin Unan siyasi ilişkiler ile turizm arasındaki etkileşime, toplumların temasına Aralık 1996'da dikkat çekmiş, ziyaretlerin etkisini değerlendirmiştir: "Şunu tekrar vurgulamak istiyorum, ilişkilerimizin gelişmesi basit insanların özel temaslarına dayalıdır; bu temaslara herhangi bir şekilde kısıtlamalar koymamak çok önemlidir." (Reutov 1996). Ankara

Büyükelçisi Albert Çernişev de turizmin siyasi ilişkilere, önyargılara, topluma tesirini 2003'te dile getirmiştir:

"Türkiye'de bulunan, çalışan ve Türkiye ile ilgisi olan kişilerin sayısı arttıkça bu düşünceler hızla kaybolacaktır. Herhangi bir biçimde Türkiye'yle ilişkisi olanlarda bu eski kalıplar mevcut değil. Tam tersi, Antalya'dan tatilden dönen insanlarımız, 'Türkler de bizim gibi insanlar' görüşünü dile getiriyorlar. Biz İngilizlerle ve Almanlarla anlaşamıyoruz, Türkler konusunda ise sorun yok." (Çernişev 2003: 52).

Araştırmacılar seyahatlerin siyasi ilişkiler ve toplumların algısı açısından önemini ortaya koymuştur. Duygu Bazoğlu Sezer insani hareketliliğin siyasi ilişkilerde "altın çağa" yaklaşma imkânı verdiğini (Sezer 2003: 46) Hakan Aksay ise Soğuk Savaş sonrasında Türk-Rus ilişkilerinin hızlanmasıyla birlikte iki toplumun birbirini tanıyarak, "Türk gibi anlayışsız" ya da "'Moskof gavuru' gibi köhne" kalıplarından kurtulmaya başladığını belirtmiştir: "'Tarihin mirası' bizde de 'Moskof gavuru' ve başka önyargıları bıraktı. Ama 'Soğuk Savaş' sonrasında, Türk-Rus ilişkilerinin hızlanmasıyla iki halk birbirini tanıyarak köhne kalıplardan kurtulmaya başladı." (Aksay 2004:6).

Araştırmalar turizmin önyargıları geriletmediğini göstermiştir. Rus-Türk İşadamları Birliği'nin VTSİOM'a yaptırdığı, 1.600 kişilik ankette "Rusya, Türkiye için neyi temsil ediyor?" sorusuna %19 dost, %44 partner, %12 düşman cevabını vermiştir. "Rus halkının Türkiye'ye bakış açısı son 10 yılda değişti mi? sorusuna %49'u değişmediğini, %12'si iyiye doğru değiştiğini, %5'i ise kötüye doğru değiştiğine işaret etmiştir (Aksay 2004:6). Rus-Türk İşadamları Birliği'nin para harcayarak imaj araştırması yaptırmıştı önemliydi. Rus-Türk Araştırmaları Merkezi 2004'te Türkiye'nin yedi kentinde "Rusları nasıl bilirsiniz?" adı altında bir anketin yapılmasını sağlamıştır. "Ruslar" denince ilk akla gelenler şöyle sıralanıyordu: "Hayat kadınları" %33,6, "soğuk" %20,9, "votka" %12,2, "sanat ve kültür" %9,7, "sosyalizm ve komünizm" %9,4. Elbette son on yılda Ruslar ve Türkler birbirini daha yakından tanımış, önyargılar büyük ölçüde etkisini kaybetmiştir (Aksay 2015).

RF'DE VE TÜRKİYE'DE İÇ GÜVENLİK SORUNLARI TURİZM ETKİLEŞİMİ

Turizm lobisi tarafından RF'deki ve Türkiye'deki iç güvenlik sorunlarına karşı tarafın destek vermemesi istenmiştir. RF ve Türkiye'de bazı iç siyasi sorunların iki ülke arasındaki seyahatleri hem arttırıcı hem de caydırıcı sonuçları olmuştur. RF'deki iç karışıklıklar Türkiye'ye ziyaretleri arttırmıştır. SSCB devrinde halkın alışkanlıklarından biri Kafkasya'daki kaplıcalarda üç-dört haftalık uzun tatiller yapmaktı. Çeçenya ve Gürcistan'daki iç savaşlar, Kafkasya'yı turizm için "tehlikeli bölge" haline çevirdiğinden Türkiye'ye talep artmıştır (Başaran 2013: 63).

Türkiye, RF vatandaşlarının alışık olduğu tatil biçimi için güzel bir seçenektir. SSCB vatandaşları, Sovyetler Birliği döneminde Karadeniz kıyılarında tatil yaparlardı. SSCB sonrası SSCB'nin Karadeniz kıyıları yeni bağımsız devletlerin ülke topraklarına dönüştüğünden RF'nin Karadeniz kıyı toprakları ve turizm tesisleri azaldı. Karadeniz kıyısındaki topraklarla birlikte turizm tesislerinin bir kısmı Ukrayna ve Gürcistan sınırları içinde kaldı. Ayrıca Yeltsin döneminde Karadeniz kıyıları yeterli hizmet sunacak durumda değildi. Oteller çok pahalı ve hizmet kalitesi düşüktü. Türkiye, diğer Akdeniz ve Avrupa ülkelerine nazaran oldukça ucuz olması ve yeterli hizmet düzeyi nedeniyle tercih edildi. RF turistlerinin yolculuk için harcadığı zamanın kısalığı diğer önemli bir etkendi. Bir-iki saatlik uçak yolculuğu hissedilmeden sona eriyor ve tatil başlıyordu (Kozmaçov 1998: 20). RF turizm tesisleri yetersizdi, mevcut tesislerin %80'inin tamirata veya restorasyonu ya da modernizasyonu gerekiyordu (Popova 1997:21'den aktaran Ersöz 2012:54). RF turizm tesislerinin fiziksel yetersizliğinin yanında RF turizm idaresi, teşkilatı, mevzuatı da karmaşa içindeydi¹⁸.

RF ve Türkiye'deki bazı iç güvenlik sorunlarının seyahatleri caydırıcı etkisi olmuştur. Örneğin PKK'nın turizmi hedef alan terör saldırıları yaşanmıştır. PKK 1993'te üç, 1994'te dört, 1998'de iki kez turistlere karşı önemli terörist sal-

¹⁸ RF turizm idaresi, teşkilatı ve mevzuatı için bkz. Ersöz 2012: 54-68.

dırı gerçekleştirmiştir (Unur 2000: 174). Haziran 1994'te PKK siyasi amaçla turistik hedeflere saldırmıştır. Batılı turistlerin tatil yaptığı Fethiye ve Marmaris'te patlamalar olmuştur. PKK'nın, Türk turizmüne yönelik saldırılarının Türkiye'nin iktisadi çıkarlarını tehdit ettiği değerlendirilmesinde yer almıştır: "...cephe savaşının istenilen sonucu vermemesi karşısında militanlar, şimdi silahlarını yabancı turistlere çevirmişlerdir. Turizmin Türkiye'nin başlıca gelir kaynaklarından biri olduğu bir sır değildir. Bu nedenle, turizme darbe indirilmesi çok etkili olabilir." (Dunayev 1994).

PKK artan seyahatlerden, toplumların yaklaşmasından rahatsız olmuştur. Abdullah Öcalan, turistlere Türkiye'nin tatil bölgelerine gitmemeleri uyarısında bulunmuştur. Tatil yerlerinin PKK'nın terör eylemleri için hedef olacağı açıklanmıştır. Kürdistan Milli Kurtuluş Cephesi temsilcisi Mahir Velat; PKK'nın gerilla sabotajı şeklindeki savaş taktiğine yeniden geçtiğini, Türkiye topraklarındaki bütün iktisadi yapıların muhtemel hedef sayılacağı konusundaki haberi doğrulamıştır (Moskovskiye Novosti 1996).

RF ile Türkiye arasında seyahatlerin artışı siyasi ilişkileri olumlu etkilerken RF'nin bazı iç güvenlik sorunlarının seyahatleri olumsuz etkileme ihtimali doğmuştur. Çeçenistan Savaşı ve bununla bağlantılı olaylar bu sorunlardandı. Turizmden kazanç sağlayan toplum kesimleri (lobiler, menfaat grupları) iki ülke yöneticilerini siyasi sorunlarda mutedil davranmaya yöneltmişlerdir. 16 Ocak 1996'da Avrasya Feribotunun kaçırılması sonrası Türk-BDT İş Konseyleri ve Rusya'da faaliyet gösteren Türkiye merkezli müteahhitlik şirketleri endişeye kapılıp 19 Ocak 1996'da yazılı açıklama yapmışlardır. Yazılı açıklamada: "Hangi amaç için olursa olsun Avrasya feribotunun kaçırılmasını Türk-BDT İş Konseyleri olarak tasvip etmemiz mümkün değildir." görüşüne yer vermişlerdir. Rusya'da iş yapan Tekfen Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Gökyiğit ise şunları söylemiştir: "Türkiye-Rusya arasındaki ilişkiler son on yılda büyük emek harcanarak bu seviyeye ulaştı. Ulaşılan nokta dünya barışı için büyük anlam ifade ediyor. .. Türk hükümeti bu hareketi tasvip eder görüntü çizmeden en kısa sürede sorunu

çözmelidir." (İlk 1996: 7). Olayla ilgili basında turizm ilişkilerin aksamaması için siyasi ilişkilerde dikkatli olunması gerektiği yorumları yer almıştır. Aleksey Yerovcenkov Hürriyet Gazetesi yazarlarından Tufan Türenç'in görüşlerini paylaşmıştır. Türenç, Sovyetler Birliği'nin dağılmasının Türkiye'nin şansı olduğunu belirterek, Körfez Savaşı nedeniyle Yakın Doğu pazarını kaybeden Türkiye'nin bir krizle karşı karşıya geldiğini, "... ancak yeni Rusya ile eski Sovyetler Birliği'nin Türk Cumhuriyetlerinin Türkiye'nin ekonomik gelişmesi için fantastik olanaklar yarattığını" vurgulamıştır.

"Bugün Allah, Yakın Doğu'nun kapısını kapatmış; ancak Rusya'nın kapılarını açmıştır. Rusya'da birçok ihale kazandık, müteahhitlerimiz eski SB'deki yatırımlarını 26 milyar dolara çıkarmışlardır. Bavul turizmi de bize her yıl beş milyar dolar kazandırıyor. Rusya'ya bol miktarda Türk malı gidiyor. Orada Türk işçileri için iş alanı var. Bütün bunlar ortada iken biz ne yapıyoruz? Biz Allah tarafından açılan cennetin kapısını kapatıyoruz."

Avrasya Feribotu olayının olumsuz sonuçlanması halinde Türk-Rus ilişkilerinin kötüye gideceğini savunan Tufan Türenç: "Böylesi terör eylemleriyle, koskoca Rus pazarına girmemizi tehlikeye sokuyoruz. Feribotun kaçırılmış olması bir cinayettir. Türkiye, teröristlerle uzlaşmamalı." uyarısında bulunmuştur. Yerovcenkov ise: "Hürriyet'te de çok doğru olarak yazıldığı gibi ileride aşırı eylemlere meydan verilmemesi için her şey yapılmalı. Zira bunun tahmin edilemeyecek sonuçları, Türkiye'yi tehdit edecektir. İşte Türk yetkilileri, bu görüşü de göz önüne almak zorundadır." sonucuna varmıştır (Yerovcenkov 1996).

Turizm lobisi Türk hükümetinin Çeçenistan Savaşına yaklaşımını etkilemeye çabalamıştır. Çeçenistan Savaşı'nın Türkiye'deki akislerinin, olayların RF'den Türkiye'ye seyahatleri azaltmasından çekinen turizm işletmecileri Türkiye'nin Çeçenistan ile ilişkilerini etkilemeye çalışmıştır.

"... bu kez Türk topraklarında Çeçen terörizmiyle ilgili yeni bir olay daha patlak vermiş: İstanbul'daki Aeroflot Temsilciliği'nde patlama olmuştur." ... "Tabii böylesi terör eylemleri, Türkiye'nin stratejik çıkarlarıyla kesinlikle bağdaşmamaktadır. Zira, Rusya, Türkiye açısından, tüketim malları için çok önemli bir pazar ve turistler de giderek artan bir gelir kaynağıdır (Rossiykaya Gazeta 1996).

SONUÇ VE TARTIŞMA

Elde edilen bulgulardan hareketle SSCB devrinde uluslararası seyahatleri ve turizmi siyasi tercihlerin, yöneticilerin belirlediği sonucuna varılmıştır. Soğuk Savaş yıllarında SSCB-Türkiye'nin düşman bloklarda yer almaları, seyahat özgürlüğünün olmaması nedeniyle serbest turizm hareketi yaşanmamıştır. SSCB devrinde özgür olmayan (KGB kontrollü) turizmin SSCB-Türkiye ilişkilerinde barışa katkısı sıfırdır.

Gorbaçov dönemine kadar SSCB ile Türkiye arasında serbest seyahat sayısı, turizm hareketi yok mesabesinde olduğundan iki taraf vatandaşları doğrudan bilgi alışverişinde bulunamamışlardır. Yöneticilerin vatandaşlarına ulaştırdıkları bilgilere göre, yurttaşlara karşı taraf (doğru ya da yanlış) tanıtılmıştır. Yöneticiler Soğuk Savaş yıllarında iki toplum arasında birebir temas olmadığından istifade ile (günümüzde Kuzey Kore'nin Güney Kore ile ilgili oluşturmaya devam ettiği ne benzer) önyargılar oluşturabilmişlerdir. Gorbaçov döneminde Sovyet toplumu kapalı bir toplum olmaktan uzaklaşırken Türkiye'ye seyahatler artmıştır. Seyahatlerle Sovyet ve Türkiye toplumu doğrudan iletişim kurmuş, doğrudan bilgi alınmış, Soğuk Savaş yıllarında yöneticilerce oluşturulan önyargıların giderilmesine seyahatler ve turizm katkı sağlamaya başlamıştır.

SSCB'ye nazaran RF'de Yeltsin döneminde yurt dışına seyahat sayısı katbekat artmıştır. Sovyetler Birliği'nin dağıtılması sonrası Yeltsin döneminde RF'den Türkiye'ye gelen turist sayısı fevkalade artmıştır. RF'den gelen ziyaretçi sayısındaki artışla birlikte hem iki ülke ekonomisi olumlu etkilenmiş hem de iki toplumun doğrudan teması barışa katkı sağlamıştır. RF vatandaşları 1992-1999 yılları arasında Türkiye'yi en çok ziyaret eden ilk üç ülke yurttaşları arasında yer edinmiştir. Ruslar 1990'lı yılların ortalarından itibaren Türkiye'de çalışmaya başlamış, bir kısmı yerleşmiş ve Türkler ile evlenmişlerdir. Hem vatandaşlar hem yetkililer RF'den Türkiye'ye ziyaretçi akımının uluslararası barışa katkı sağladığı sonucuna varmıştır. Yeltsin dönemi için gerek Türk diplomatları gerek RF diplomatları seyahatlerin, turizmin siyasi ilişkileri ve toplumlar arası ilişkileri olumlu yönde etkilediği görüşünü beyan et-

mişlerdir. Artan seyahatler RF-Türkiye ilişkilerini olumlu yönde ilerletmiştir. Artan turist sayısı ile birlikte RF ve Türk toplumu doğrudan bilgilendirme imkânına kavuşmuştur, SSCB devri algı ve düşünce kalıpları aşınmıştır.

SSCB yönetimi toplumun beklentilerinden (yurtdışına seyahat özgürlüğü dâhil) bağımsız politika izleyebiliyordu, zira SSCB'de (son yılına kadar) siyasi rekabet yoktu. Haziran 1991'de ilk kez çok partili seçim gerçekleşmiştir. Yeltsin yönetiminin, SSCB yönetimi ile karşılaştırıldığında, toplumun (seçmenlerin) beklentilerinden bağımsız dış politika ya da uluslararası politika izleme yeteneği azalmıştır. Çünkü Yeltsin döneminde demokratik seçimler, şirketler, uluslararası örgütler, özel kişiler, dernekler, lobiler, vb.'nin karar vericiler üzerindeki etkinliği artmıştır. Türkiye'ye artan seyahatler ile birlikte iki ülkede de turizm lobisi oluşmuştur. Şirket ve özel kişiler çıkarları doğrultusunda RF ve Türkiye yönetimini etkilemişlerdir.

İki ülkedeki lobiler, RF-Türkiye siyasi ilişkilerini olumsuz etkileyen Çeçenistan Savaşı, Avrasya Feribotu vb. olaylarda, bavul ticareti ve turizm hareketinin zarar görmemesi için Yeltsin yönetimini ve T.C. hükümetlerini mutedil davranmaya yöneltmişlerdir. Yeltsin döneminde iki ülke arasında artan seyahatler makalenin giriş kısmında değinilen turizm alanyazınının kabullerini ve Birleşmiş Milletlerin "barış için bir güç olarak turizm"¹⁹ yaklaşımını teyit etmiştir.

Bu makalede tüm halklar arasında barışçıl ilişkilerin sürdürülebilir turizm marifetiyle beslenebileceği ve ilerletilebileceği varsayımı, Yeltsin dönemi süresince Rusya Federasyonu'ndan (RF) Türkiye'ye ziyaretçi akımı örneğinde incelenmiştir. Uluslararası barış ile uluslararası turizm ilişkisi ölçeği oluşturulması gelecekte yapılacak araştırmalara konu oluşturabilir.

KAYNAKÇA

Aksay, H. (1997). Türk İmajı: Dün, Bugün... Yarın?. *Avrasya İşbirliği Perspektif*, (3-4): 3.

¹⁹ <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsofTourism/Socio-CulturalImpacts/TourismandSocio-CulturalConservation/tabid/78782/Default.aspx>, Erişim tarihi: 25.02.2016).

- Aksay, H. (2004). Rusların Gözüyle Türkiye. *Milliyet Gazetesi Popüler Kültür Eki*, (07.04.2004), 6.
- Aksay, H. (2015). Rus Kadınının Sırrı Nerede?, <http://t24.com.tr/haber/rus-kadininin-sirri-nerede,266078>, Erişim tarihi: 10 Ocak 2015.
- Assipova, Z. ve Minnaert, L. (2014). Tourists of the World, Unite! The Interpretation and Facilitation of Tourism Towards the end of the Soviet Union (1962–1990), *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 6 (3): 215-230.
- Başaran, A. (2013). Dış Siyasi, İktisadi İlişkiler Etkileşimi Çerçevesinde Yeltsin Dönemi Rusya-Türkiye İlişkileri (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükbaş, H. ve Atıcı, N. (2012). Liberal Demokratik Barış Kuramı: Eleştirel Bir Değerlendirme, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (40): 1-19.
- Cho, M. (2007). A Re-examination of Tourism and Peace: The Case of the Mt. Gungang Tourism Development on the Korean Peninsula, *Tourism Management*, 28 (2): 556-569.
- Çerişev, A. (2003). Rus Siyasetinde Türkiye, Türk Siyasetinde Rusya Nasıl Görünüyor. İçinde; N. Cafersoy (Düzenleyen), *Türkiye-Rusya Federasyonu Avrasya Stratejik Diyalog Toplantısı Ankara*, 20-22 Ocak 2003 (ss. 48-53). Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi.
- Demirtaş, N. ve Başaran, A. (2001). Rusya Federasyonu Türkiye Turizm İlişkileri, Ağustos 1998 İktisadi Kriz Öncesi, Sonrası ve Beklentiler. İçinde; 2. *Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğler Kitabı* 6-7 Aralık 2001 (ss. 278-299). İzmir: Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü.
- Deniz, A. ve Özgür, E. M. (2010). Rusya'dan Türkiye'ye Uluslararası Göç: Antalya'daki Rus Göçmenler, *Ege Coğrafya Dergisi*, 19 (1): 13-30.
- Dunayev, V. (1994). Türk Tatil Merkezlerinde Patlamalar... Kürt Militanlar Türk Turizmini Tahrir Etme Niyetinde, *Segodnya*, 24 Haziran 1994.
- Ersöz, H.D. (2012). Tourism in Russia: From Tsarist to Post-Soviet Period (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gorsuch, A.E. (2003). "There is No Place Like Home": Soviet Tourism in Late Stalinism, *Slavic Review*, 62 (4): 760-785.
- Gürek, H. (1995). Ruslardan Bavul Turizmine Tepki. *Milliyet Gazetesi*, 21 Ağustos 1995, 9.
- Hüseynov, F. (2003). Bağımsız Devletler Topluluğunun Oluşumunun Hukuki Boyutları, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 52 (4): 387-401.
- İlk, N.Ö. (1996). Rusya Bavulu 10 Milyar Dolar. *Milliyet Gazetesi*, 20 Ocak 1996, 7.
- Kessler, G. (2001). The Passport System and State Control over Population Flows in the Soviet Union, 1932-1940, *Cahiers du Monde Russe*, 42 (2-3-4): 477-503.
- Kim, S.S., Prideaux, B. ve Prideaux, J. (2007). Using Tourism to Promote Peace on the Korean Peninsula, *Annals of Tourism Research*, 34 (2): 291-309.
- Komsomolskaya Pravda*. (1996). Türkler Bavul Ticareti Yapan Turistlerine Seslenerek: 'Dengeli Ticaret Yapalım' Diyorlar, 3 Eylül 1996 tarihli haber.
- Kononov, O.A., Kornilov, A.A. ve Özbay, F. (2006). *Çağdaş Türk Rus İlişkileri Sorunlar ve İşbirliği Alanları* (1992-2005). E. Osmanov, V. İmanov ve R. Memedov (Çevirenler) İstanbul: Tasam Yayınları.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeleri-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozmaçov, A. (1998). Rusya Turizmcilerinden Dost Uyanları, *Avrasya İşbirliği Perspektif*, (10): 20.
- Lagat, K., Kiarie, S.W. ve Njiraini, P. (2014). Tourism and Peace: The Role of Election Period Tourism Operating Procedures in Promoting Peaceful Elections in Kenya. İçinde; C. Wohlmuther ve W. Wintersteiner (Editörler), *International Handbook on Tourism and Peace* (ss. 199-215). Klagenfurt/Celovec: Drava Verlag Založba Drava Gmbh.
- Lisle, D. (2000). Consuming Danger: Reimagining the War/Tourism Divide, *Alternatives: Global, Local, Political*, 25 (1): 91-116.
- Milliyet Gazetesi. (1951, Aralık 31). Rusya'da Seyahat Serbestisi ve Turizm. http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Gunun-Yayinlari/V1FwMzvROYIhUBuCP2nxcw_x3D_x3D_, Erişim tarihi: 29 Aralık 2014.
- Milliyet Gazetesi* (1996). Bavul Lobisinden Yeltsin'e Destek, 31 Mayıs 1996, 9.
- Milliyet Gazetesi* (2004). Gerçekten Burada mı Kaldı?, 2 Eylül 2004, 16.
- Moskovskiy Novosti* (1996). Uyarı: Kürtler Tatil Yapanlara Karşı, 12 Mart 1996.
- N°229, E.R. (2014). Bölünmüş Kıbrıs: Kusursuz Olmayan Bir Gerçekle Yüzleşmek. Uluslararası Kriz Grubu, http://www.crisisgroup.org/en/regions/europe/turkey-cyprus/cyprus/229-divided-cyprus-coming-to-terms-on-an-imperfect-reality.aspx?alt_lang=tr, Erişim tarihi: 21 Ocak 2015.
- Orlow, I. (2014). The Soviet Union Outgoing Tourism in 1955-1985: Volume, Geography, *Organizational Forms*. Basic Research Program Working Papers.
- Reutov, A. (1996). NATO'nun Genişlemesine Bu Kadar Hassasiyet Göstermemek Lazım, *Nezavisimaya Gazeta*, 16 Aralık 1996.
- Özaslan, Ö. (2013). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 20'nci Genel Kurulu Zimbabve Cumhuriyeti'ndeki toplantıda "Hava Ulaştırması ve Turizm" konulu oturumunda yaptığı konuşma içeriği, <https://testsite.kultur.gov.tr/TR,62266/turkiyeden-dunya-turizm-orgutune-kuresel-baris-mesaji.html>, Erişim tarihi: 2 Aralık 2016.
- Özdal, H., Özertem, H.S., Has, K. ve Demirtepe, M.T. (2013). Türkiye-Rusya İlişkileri: Rekabetten Çok Yönlü İşbirliğine, Ankara: Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK), http://www.usak.org.tr/images_upload/files/t%C3%BCrkiye%20rusya%20tr%20nete.pdf, Erişim tarihi: 12 Aralık 2015.
- Özel, Ç.H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (42): 57-68.
- Rossiyskaya Gazeta* (1996). Türk Sahilleri Bize Lazım mı?, 30 Nisan 1996.

- Sezer, D.B. (2003). Rus Siyasetinde Türkiye, Türk Siyasetinde Rusya Nasıl Görünüyor. İçinde; N. Cafersoy (Düzenleyen), *Türkiye-Rusya Federasyonu Avrasya Stratejik Diyalog Toplantısı Ankara, 20-22 Ocak 2003* (ss. 44-48). Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları.
- Sönmez, S.F. ve Apostolopoulos, Y. (2000). Conflict Resolution Through Tourism Cooperation? The Case of the Partitioned Island-State of Cyprus, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9 (3): 35-48.
- TBMM Tutanak Dergisi. (1989). (14.12.1989), <http://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d18/c036/tbmm18036046.pdf>, Erişim tarihi: 30 Aralık 2014.
- TBMM Genel Kurul Tutanağı. (2010). (03.06.2010), http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak_g.birlesim_baslangic?P4=20679&P5=H&page1=7&page2=7, Erişim tarihi: 30 Aralık 2014.
- UNEP, United Nations Environment Programme. (2016). Tourism and Socio-Cultural Conservation, Tourism as a Force for Peace, <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsofTourism/Socio-CulturalImpacts/TourismandSocio-CulturalConservation/tabid/78782/Default.aspx>, Erişim tarihi: 25 Şubat 2016.
- Unur, K. (2000). Turizm-Terörizm İlişkisi ve Türkiye Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (2): 169-177.
- Upadhyaya, P.K., Müller-Böker, U. ve Sharma, S.R. (2011). Tourism Amidst Armed Conflict: Consequences, Copings, and Creativity for Peace-building Through Tourism in Nepal, *The Journal of Tourism and Peace Research*, 1 (2): 22-40.
- Webster, C.G. ve Ivanov, S.H. (2013). *Tourism as a Force for Political Stability*. Klagenfurt/Celovec: Drava Print GmbH.
- Werth, N. (2004). The Russian Card: The Propiska. İçinde; E. b. McElroy (Editör), *National Identification Systems : Essays In Opposition* (ss. 116-119). Jefferson, N.C. : McFarland & Co.
- Yakar, M. (2013). Türkiye'de Yurtdışı Doğumlu Nüfusun Gelişimi ve Dağılışı, *International Journal of Human Sciences*, 10 (1): 494-523.
- Yerovcenkov, A. (1996). Türkiye'deki Kafkas Sendromu, *Eho Planeti*, 7 Şubat 1996.
- Yılmaz, R. (2014). Kıbrıs Kara Sınır Kapılarının Açılışının Toplumsal Müzakerelere Etkisi ve KKTC'de Devletleşme Olgusu (2003-2013), *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 14 (28): 369-392.
- Zhizhanova, Y. (2011). Tourism in the USSR in the Second Half of the 20th century. Experience of travelling and international tourism exchange, http://t2m.org/wp-content/uploads/2011/09/Zhizhanova_Yuliya_Paper.pdf, Erişim tarihi: 23 Ocak 2015.



Ali BAŞARAN

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nden 1991 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İktisat dalından 2001 yılında, doktora derecesini de Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler dalından 2013 senesinde aldı. 1995 yılında Tüm Belediye ve Genel Hizmet İşçileri Sendikası genel merkezinde Uluslararası İlişkiler Uzman Yardımcısı olarak çalıştı. 1997-1999 yıllarında Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş. Ankara Şubesinde Dış İşlemler Yetkilisi olarak çalıştı. 2000 yılından 2013 yılına kadar Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO'da Öğretim Görevlisi olarak çalıştı. 2013 yılında Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesinde Öğretim Üyesi olarak çalışmaya başladı. Halen Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanı, Rusya Federasyonu-Türkiye ilişkileridir.



Atay AKDEVELİOĞLU

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden 1995 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı'ndan 1999 yılında, doktora derecesini de aynı anabilim dalından 2008 yılında aldı. 2013 yılından itibaren Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak çalışmaya başladı. Halen bu görevini sürdürmektedir. Temel çalışma alanı; İran ve Ortadoğu bölgesi odaklı uluslararası politikadır.

İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Tutumları: Yalova-Çınarcık Örneği¹

Local Resident Attitudes Towards Socio-Cultural Effects of Second Homes: Case of Yalova-Çınarcık

Ayşe OKUYUCU*, Mehmet SOMUNCU**

*Yrd. Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, Gülümbe Yerleşkesi, 11230, Bilecik.

E-posta: ayse.okuyucu@bilecik.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4415-6520

** Prof. Dr., Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Coğrafya Bölümü, 45/45-A 06100, Sıhhiye/Ankara.

E-posta: somuncu@ankara.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8890-0537

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 23 Şubat 2017

Düzeltilme: 28 Nisan 2017

Düzeltilme: 5 Haziran 2017

Kabul: 21 Temmuz 2017

Anahtar sözcükler: İkinci konutlar,
İkinci konut turizmi, Sosyo-kültürel
etkiler, Çınarcık, Yalova.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 23 February 2017

Resubmitted: 28 April 2017

Resubmitted: 5 June 2017

Accepted: 21 July 2017

Key words: Second homes, Second
home tourism, Socio-cultural impacts,
Çınarcık, Yalova.

ÖZ

Bu makale, turizmin sosyo-kültürel etkileri konusunda yerel halkın algılarını araştırmaktadır. Çalışma alanı olan Çınarcık ilçe merkezi Türkiye'nin Marmara kıyısında yer alan eski bir ikinci konut destinasyonudur. Burada 1960'lardan itibaren dar kıyı şeridinde apartman şeklinde ikinci konutlar gelişme göstermiştir. Araştırmada yerel halka uygulanan anketler aracılığıyla toplanmıştır. Anketler, Temmuz 2015 ve Ağustos 2015 tarihlerinde kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 372 yerel sakine uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre; ikinci konutların ilçede eğlence olanaklarının artması, gruplar arasında dostluklar kurulması, göçlerin artması gibi çeşitli olumlu sosyo-kültürel etkileri ön plana çıkmıştır. Ancak ilçedeki alkol kullanımı ve suç oranının artması, geleneksel yaşam biçiminin değişmesi ise başlıca kaygı duyulan negatif sosyo-kültürel etkilerdir. Sosyo-kültürel etkiler konusundaki algılamalar, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklar göstermiştir. Yanıtlar Çınarcık'ta ikinci konutların sosyo-kültürel etkilerinin genel olarak tatmin edici düzeyde olmadığını göstermektedir.

ABSTRACT

This paper investigates perceptions of local people about socio-cultural impacts of tourism. The study area is located on eastern coast of Marmara Sea in Çınarcık district of Turkey that has been used as a popular second home destination for years. Second homes have been constructed in the form of apartments on the narrow coastal strip in this area since 1960s. The data were collected by conducting questionnaire surveys with local residents. Questionnaire surveys were conducted with a total of 372 local residents selected by convenience sampling during July 2015 and August 2015. Results revealed that establishment of second homes in the area have various positive socio-cultural effects such as increasing the entertainment opportunities in the districts, establishing friendships networks among the groups and increase in immigration. However, local residents are also concerned about various negative socio-cultural effects of second homes, like increase in alcohol usage, increase in crime rate in the city and changing traditional way of life. The perceptions about socio-cultural effects have shown significant differences according to demographic variables used in the study. It has been found that the socio-cultural effects of second homes in Çınarcık are generally perceived dissatisfying.

GİRİŞ

Turizm ve turizm deneyimi oldukça karmaşık ve çeşitlidir. Bununla birlikte günümüz toplumları turizm kültürü ve altyapısından büyük oranda etkilenmiştir. Geleneksel olarak bir ya da daha

fazla yere zaman içinde hareket ve tekrar eve dönüş turizmin temeli olarak görülmektedir. Turistik gezi bir süreç olarak görülür ve turistlerin aldıkları karar ile başlar (Aronsson 2004: 80). Diğer turizm deneyimlerinde olduğu gibi ikinci konutlar da çoğunlukla bir kaçış şekli olarak görülür. İkinci konutlara olan hareket; hızlı, ucuz, güvenli ve kolaydır. Günümüzde ikinci konutlar; günlük geziler, hafta sonları, kısa süreli tatiller, uzun sü-

¹ Bu makale, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, Prof. Dr. Mehmet Somuncu danışmanlığında Ayşe Okuyucu tarafından hazırlanmış olan doktora tezinden üretilmiştir.

reli tatiller ve sezonluk göçler için kullanılmaktadır. Bu nedenle ikinci konutlara olan talep oldukça yükselmiştir. Talebin artmasında; toplumsal refahın artması, toplum içinde yaşlı nüfusun artması, teknolojik gelişmeler, ulaşım ile ilgili gelişmeler ve küreselleşme vb. gibi faktörler etkili olmuştur. Günümüzde özellikle emekli nüfusun artan sezonluk hareketleri, ikinci konut konusunu yeniden gündeme taşımıştır (Müller 2004: 387). Clout (1969), ikinci konutları; sahipleri tarafından yılın belirli dönemlerinde, kısa süreli olmak üzere, otel dışında tatil amaçlı kullanılan konut ve apartman daireleri olarak tanımlamıştır. İkinci konutların tanımlanması oldukça zor bir konu olmasına rağmen, bazı konularda mutabakata varılmıştır (Müller 2011: 137). Örneğin ikinci konutlar için temel olan husus; onların kısa ve uzun süreli boş zamanlarda kullanılmak üzere rekreasyon amacıyla inşa edilmiş konutlar olmalarıdır (Özgüç 1977: 79).

İkinci konutlar turizmin önemli bir parçasını meydana getirmektedir. İkinci konut turizmi, turizmin tanımında yer alan birçok unsuru bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin ikinci konut sahipleri diğer turizm türlerinde olduğu gibi her zamanki çevrelerinden uzaklaşmak için seyahat ederler. İkinci konutlara olan ziyaretler zorunlu ya da daimi değildir. Bu özellikler ikinci konutlar konusunun turizm alanyazında aktif hale gelmesini sağlamıştır (Pitkänen ve Vepsäläinen 2008: 2).

Turizmdeki gelişmelerle birlikte birçok yer çeşitli ekonomik fayda sağlamaktadır. Bununla birlikte ikinci konut sahipleri ev sahibi topluma yeni bir kaynak getirmelerine rağmen, alanyazın, ikinci konut nüfusunun, yerel toplumlarda ekonomik, sosyal ve kültürel çatışma ve uyuşmazlıklara yol açabildiğini öne sürmektedir (Rye 2011: 263). Bu nedenle, bu çalışmada Türkiye’de kıyı alanlarda ikinci konutların gelişmesinin daha iyi anlaşılmasını sağlamak ve ikinci konutların sosyo-kültürel etkilerini belirlemek amaçlanmıştır. Daha spesifik olarak; bu çalışmada hafta sonu zonunda yer alan Yalova ilinin Çınarcık ilçe merkezinde, ikinci konutların sosyo-kültürel etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmada “İkinci konut turizminin Çınarcık’taki başlıca sosyo-kültürel etkileri nelerdir?” ve

“Çınarcık’ta yerel halkın demografik özellikleri ikinci konutların sosyo-kültürel etki algılamasını nasıl farklılaştırmaktadır” sorularına yanıt aranmıştır. Çalışma Türkiye’de hafta sonu zonunda yer alan ikinci konutların, sosyo-kültürel etkilerini ilk defa ele alması bakımından önem taşımaktadır. İkinci konutların sosyo-kültürel etkilerinin değerlendirilmesi çeşitli bakımlardan önem taşımaktadır. Örneğin yerel halkın diğer grup olan ikinci konut sahiplerine yönelik tutumları turizmin başarı ve başarısızlığında ya da daha fazla ziyaretçi çekme ve destinasyondaki ziyaretçilerin korunmasında önemli bir faktördür. Bunun yanı sıra sosyo-kültürel etkilerinin tanımlanması ve ölçülmesi, ziyaretçi ve yerel halk arasındaki olası çatışmaların önlenmesi için etkili bir strateji yaratmada önemlidir. Bu aynı zamanda paydaşlar arasındaki yıkıcı farkların azalması ve ilişkilerin güçlenmesine yol açacaktır (Alhasanat ve Hyasat 2011). Bu faydalar ziyaretçilere yansıdığı takdirde yakın gelecekte ziyaretçi sayılarını arttıracaktır.

TÜRKİYE’DE İKİNCİ KONUTLARIN GELİŞMESİ

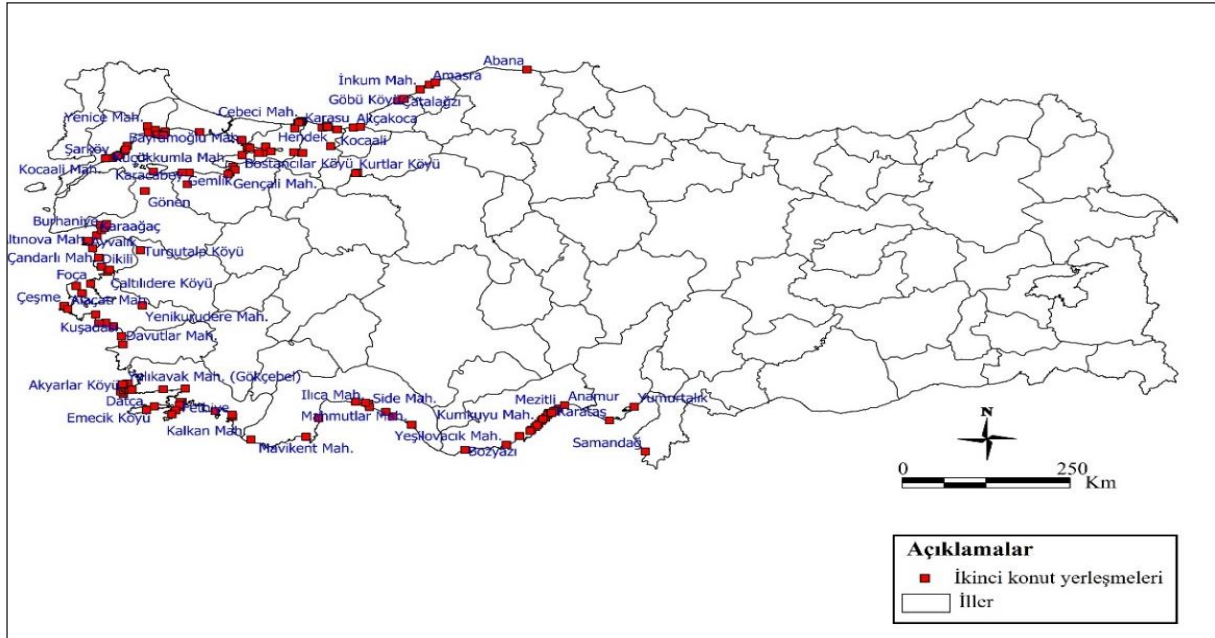
Türkiye’de günümüzdeki anlamda ikinci konutların gelişmesi; sanayileşme, kentleşme, ulaşım olanaklarının gelişmesi, boş zamanın artması ve moda gibi unsurlar sonucu 1950’lerde meydana gelmiştir (Emekli 2014: 34). Yeşilköy, Florya, Küçük Çekmece, Kartal ve Pendik gibi birçok semt eskiden ikinci konut yerleşim alanı olarak kullanılmıştır (Özgüç 1977: 81). Türkiye’de ilk düzenli ikinci konut yerleşimi, 1950’li yıllarda İzmir-Çeşme kıyılarında meydana gelmiştir. Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de ikinci konutların asıl gelişmesi 1960’lı yıllardan itibaren turizm sektörünün ülke kalkınmasının en iyi araçlarından biri olarak değerlendirilmeye başlanması ile birlikte kıyı alanlarda artmıştır (Kılıçaslan 2006). Bu dönemde dış turizmden çok iç turizme yönelik küçük işletmeler gelişme göstermiştir. 1970 ve 1980’ler Türkiye’de ekonomik ve siyasal anlamda çalkantılı yıllar olmuştur. Bu dönemde kentlere olan göç ve kentleşme ile birlikte başta İstanbul, İzmit, Adapazarı ve İzmir olmak üzere büyük kentlerin yakın çevresinde ikinci konutların inşa edilmesine olan talep artmıştır.

Türkiye’de ikinci konutlara ilişkin düzenli istatistik veriler bulunmamaktadır. Turizm Bakanlığı’nun 1990 yılında kıyı illere yönelik olarak yapmış olduğu İkinci Konut Envanteri isimli çalışmasının sonuçlarına göre bu dönemde Türkiye’de toplam 102.400 ikinci konut bulunmaktaydı (Turizm Bakanlığı 1990: 6). İkinci konutlar gelişmeye başladıkları 1960’lı yılların başından itibaren özellikle Türkiye’nin başlıca büyük şehirleri olan İstanbul, Bursa, Kocaeli illeri çevresinde yoğunlaşmışlardır. Daha sonraki süreçlerde Ege ve Akdeniz’deki başlıca büyük nüfus merkezlerine uzak tatil destinasyonları etrafında gelişme göstermiştir (Şekil 1). Buna karşılık Karadeniz kıyılarında ikinci konutların gelişimi; iklim, ulaşım koşulları uygun olmaması ve çevresinde büyük kentlerin olmaması nedeni ile daha kısıtlı olmuştur. Ancak 1980-1990 yılları arasında yaylalara erişim olanaklarının artması ile birlikte özellikle Doğu Karadeniz Bölümü’nde ikinci konutların inşası artmaya başlamıştır (Somuncu vd. 2010: 115). Düzenli bir veri setine ulaşmak güç olmakla birlikte, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan sayısal verilere göre, Türkiye’de 2008 yılında, 546.454 ve

2013 yılında 559.934 yazlık-mevsimlik konut bulunmaktadır (NVI 2014).

İKİNCİ KONUTLARIN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Son zamanlarda dünya turizminin gelişmesi üzerine olan alanyazın çoğunlukla turizmin ev sahibi toplum üzerine olan etkilerine odaklanmaktadır (Pitkänen ve Vepsäläinen 2008; Dykes ve Walmsley 2015). Çünkü turizmle ilgili kalkınmanın yarattığı çeşitli baskılardan dünya genelinde ev sahibi toplumlar etkilenmektedir (Chuang 2013: 152; Ursić vd. 2016). Turizmin etkilerini sınıflandırmak için çok sayıda yol vardır. Bunlardan en yaygın olanı Mathieson ve Wall’ın (1982) sınıflandırmalarıdır. Bu sınıflandırmada turizmin destinasyon toplumlari üzerindeki etkilerini olumlu ve olumsuz olmaları bakımından ele alınmaktadır. Ancak bu sınıflandırmanın mutlak olmadığı, turizm tipleri ve turizmin amaçlarına göre değişebileceği göz önünde tutulmalıdır. İkinci konutların bazı sosyo-kültürel faydaları arasında; el sanatları ve geleneksel kültürel aktivitelerin yeniden canlanması, yerel halkın sosyal ve kültürel yaşamının canlanması, alandaki kültürel ve estetik değerlerin turizmle birlikte koru-



Tablo 2. Türkiye’de Kıyı Yerleşmeleride İkinci Konut Destinasyonları, 1999.

Kaynak: Turizm Bakanlığı (1990) verilerinden düzenlenmiştir.

ma gerekliliğinin artması gibi konulara dikkat çekilmektedir (Andereck vd. 2005; Sharpley 2006). Olumsuz sosyo-kültürel etkilere ise suç oranının artması, ahlaki değerlerin bozulması, aile yapısının değişmesi, geleneklerin metalaşması, kırsal toplum kompozisyonunun bozulması ve toplulukların kentleşmesi örnek olarak verilebilir (Ap 1992; Marjavaara 2007; Farstad ve Rye 2013; Salazar ve Zhang 2013).

Günümüzde her aktivite gibi ikinci konutlar da sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik sonuçlarının sürdürülebilirliği bakımından tartışılmaktadır. Şüphesiz destinasyondaki sosyo-kültürel değişim sadece turizm vasıtası ile olmamaktadır. Bu değişim üzerinde aynı zamanda küreselleşme ve uluslararası medya da etkili olmaktadır (Hashimoto 2002: 212). İkinci konutların sosyo-kültürel etkileri çoğunlukla ekonomik nedenlere bağlıdır. Her zararlı sosyo-kültürel etki, olumsuz bir ekonomik etki ile yakından ilişkilidir. Sosyo-kültürel etkiler çoğunlukla göze çarpmayan üstü kapalı etkilerdir ve bu etkileri ölçmek oldukça güçtür (Wang 2006: 25). Bu nedenle turizmin sosyo-kültürel etkilerinde ana araştırma odağı; turistlerden ziyade destinasyonda daimi olarak ikamet eden yerel halktır (Hall ve Page 2006: 196). Bundan hareketle, çalışmada turizmin aktüel etkilerinden ziyade, bölgede yaşayan yerel halkın turizm algıları ölçülmüştür.

Türkiye’de ikinci konutlara yönelik araştırmalar özellikle 1990’ların ortalarından itibaren, ikinci konutların doğal çevre üzerindeki etkilerine yönelik konularda olmuştur (Sabancı 1995; Dal ve Baysan 2007; Bakırcı 2007). Türkiye’de ikinci konutlarla ilgili olarak yapılan araştırmalarda, alanyazında dikkat çeken bir diğer konu da ikinci konutların turizm amaçlı kullanımına yönelik araştırmalardır (Kısa 1998; Manisa 2007; Kozak ve Duman 2011; Gökdeniz 2014; Özsoy 2015). Buna karşılık, ikinci konutların sosyo-kültürel etkileri konusundaki araştırmalar Türkiye’de oldukça azdır (Baltacı 2011).

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmada kullanılan veri toplama araçları, araştırma evreni ve örnekleme ve son olarak araştırmada anketlerden elde edilen ve-

rilerin analiz edilmesinde kullanılan yöntemler açıklanmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırma, nicel yöntem perspektifine göre yürütülmüştür. Veri toplamada yerel halka, ikinci konutların sosyo-kültürel etkilerine ilişkin olarak hazırlanmış olan anket uygulanmıştır. Anket Andereck vd. (2005), Müller (1999), Wang (2006), Cottyn (2011) ve Salamin’e göre (2011) göre oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı ile ölçülmüş ve Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0,756 olarak bulunmuştur. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde demografik değişkenler yer almaktadır, ikinci bölümünde ise ikinci konutların, sosyo-kültürel yapıda meydana getirdikleri etkilerin belirlenmesine yönelik ifadeler bulunmaktadır. Ankette beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Bu doğrultuda hazırlanan anketler Temmuz 2015 ve Ağustos 2015 tarihlerinde kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 372 yerel sakine uygulanmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Yalova iline bağlı olan Çınarcık ilçesi; Türkiye’nin en önemli metropollerine hafta sonu zonu mesafesinde yer almaktadır. Çınarcık İstanbul’a 172, Adapazarı’na 130, Bursa’ya 82 ve İzmit’e 88 kilometre mesafede bulunmaktadır. Araştırma evrenini Çınarcık ilçe merkezinin kıyı kesiminde, ikinci konutların yer aldığı mahalleler ve burada yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Örnekleme oluşturan mahalleler ise Çınarcık ilçe merkezindeki Karpuzdere, Harmanlar, Taşlıman ve Çamlık olmak üzere toplam dört mahalledir. Çınarcık’ta belirlenmiş olan mahallelerde toplam nüfus 11.937’dir (TÜİK 2014). Alandaki yerel halk için evren tespit edildikten sonra, örneklem hesaplanmıştır. Araştırma evreni 11.937’dir ve %95 güven düzeyinde n= 372 kişilik bir örneklemdir. Tabaklı örnekleme tekniğine göre, araştırma alanında yer alan yerel halk evrende var oldukları aynı oranda mahallelere göre temsil edilmiştir. Buna göre toplam nüfusunun %41’ini temsil eden Harmanlar Mahallesi 153, %33’ünü temsil eden Taşlıman Mahallesi 123, %13’ünü

temsil eden Çamlık Mahallesi ve Karpuzdere Mahallesi'ne 48'er adet anket uygulanmıştır. Çınarcık'ta ikinci konutların yoğun olması ve Çınarcık'ın başlıca büyük şehirlerin hinterlandında olması çalışma alanının belirlenmesinde ana motivasyon kaynakları olmuştur.

Analizler

Uygulanan anketlerden elde edilen veriler IBM SPSS Statistics 21.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Yerel halkın genel özelliklerini belirlemek amacıyla sıklık ve oran değerleri kullanılmıştır. Yerel halkın; ikinci konutların sosyo-kültürel etkileri konusundaki algı ortalamaları, her bir ifadeye verilen 1-5 puan aralığındaki yanıtlara göre hesaplanmıştır. Sosyo-kültürel etkileri ölçeklerinin yapı geçerlilikleri keşfedici faktör analizi (KFA) ile gerçekleştirilmiştir. Uygulanan faktör analizi sonucunda oluşan boyutlara atfedilen ortalama önem puanları ile demografik özellik grupları arasında anlamlı farklar olup olmadığını belirlemek amacıyla ikili değişkenler için t testi, ikiden fazla değişkene sahip olan gruplar için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmıştır. Uygulanan Levene test istatistiğine göre grupların varyansları homojen olduğundan fark analizlerinde parametrik testler olan t-testi ve ANOVA kullanılmıştır. Fark analizleri sonucun-

Tablo 1. Yerel Halkın Demografik Bilgileri

Değişkenler	N	(%)
Cinsiyet		
Erkek	219	58,9
Kadın	153	41,1
Medeni durum		
Bekâr	132	35,4
Evli	240	64,5
Doğum yeri		
Çınarcık	169	45,4
Diğer	203	54,6
İş kategorisi		
Turizm	186	50,0
Diğer	186	50,0
Yaş		
18-24	53	14,2
25-44	139	37,4
45-64	142	38,2
≥65	38	10,2

da anlamlı farklılık belirlenen gruplarda, farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için ise Tukey testi uygulanmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bulgularında ilk olarak katılımcıların kişisel özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistik sonuçları yer almaktadır. Daha sonra güvenilirlik ve geçerlilik analizine yer verilmiştir. Son olarak katılımcıların ikinci konutların sosyo-kültürel etkileri konusundaki ölçek maddelerine atfettikleri önem derecesine göre oluşan ortalama değerler ve fark analizleri sonuçlarına yer verilmiştir.

Yanıtlayıcıların Profilleri

Ankete katılan yanıtlayıcıların %58,9'u erkeklerden, %41,1'i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %64,5'i evlidir ve %45,4'ünün doğum yeri Çınarcık'tır. Katılımcıların %50'si turizmle ilgili işlerde çalıştığını belirtmiştir. Katılımcılar çoğunlukla 45-64 (%38,2) ve 25-44 (%37,4) yaş aralığındadır. Ailelerin aylık toplam geliri çoğunlukla 1000-2500 TL (%53) aralığındadır. %31,7 ile lise mezunları en büyük paya sahiptir. Katılımcıların Çınarcık'ta ikamet süresi ise en fazla %25 ile 21-30 yıl arasındadır (Tablo 1).

Tablo 1. Yerel Halkın Demografik Bilgileri (Devam)

Değişkenler	N	(%)
Ailenin aylık geliri (TL)		
1000-2500	197	53,0
2501-5000	148	39,8
≥5001	27	7,3
Eğitim		
İlkokul (< 8 yıl)	69	18,5
İlköğretim (≥ 8 yıl)	58	15,6
Lise	118	31,7
Ön lisans	41	11,0
Lisans ve lisansüstü	86	23,1
İkamet süresi (yıl)		
1-10	84	22,6
11-20	57	15,3
21-30	93	25,0
31-40	49	13,2
≥41	89	23,9

Faktör Analizi

Araştırmaya katılan yöre halkının turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik tutumlarını belirleyebilmek için ölçekte yer alan 25 önermeye faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde öz değeri (eigen value) 1,00'ın üzerinde olan ve faktör yükü 0,30'dan büyük olan ifadeler değerlendirilmeye alınmıştır. Böylece madde eleme sürecince ölçekteki madde sayısı 25'ten 20 maddeye indirilmiştir. Sosyo-kültürel etki ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda üç faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörlere içerdikleri ifadeler dikkate alınarak isim verilmiştir. İlk faktör "olumlu sosyo-kültürel etkiler", ikinci faktör "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" ve üçüncü faktör "günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler" olarak adlandırılmıştır.

Faktör analizi sonucuna göre oluşan üç faktör toplam varyansın yüzde 44,231'ini açıklamakta-

dır. Her bir faktörün Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları ise tüm faktörlerde 0,60'ın üzerindedir. Ayrıca Keiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,730'dur ve Bartlett's Test of Sphericity anlamlı ($p=0,000$) çıkmıştır. Buna göre veriler faktör analizi için uygundur (Tablo 2).

Yerel Halkın İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkileri Konusundaki Görüşleri

Katılımcıların ikinci konutların sosyo-kültürel etkileri konusundaki ölçek maddelerine atfettikleri önem derecesine göre oluşan "ortalama" değerler Tablo 3'te verilmiştir. Yerel halkın ikinci konutların "olumlu sosyo-kültürel etkileri" faktörüne atfettikleri önem derecelerine göre ortalama değer ($\bar{X}=3,45$)'tir. "Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörü en yüksek ortalamaya sahip olan faktördür ($\bar{X}=3,86$). İkinci konutların "Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkileri"

Tablo 2. Sosyo-Kültürel Etki Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	F1	F2	F3
<i>F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler</i>			
Kadınların işgücüne katılımı artmaktadır.	,689		
Toplumda yeni meslekler ortaya çıkmaktadır.	,684		
Eğlence ve turizm tesisleri artmaktadır.	,603		
Yerel halk ve yazlıkçılar arasında dostluklar kurulmaktadır.	,591		
Yerel halkın hayat standartları yükselmektedir.	,589		
Kültürel değiş tokuş için fırsatlar artmaktadır.	,569		
Çınarcık'a işçi göçleri artmaktadır.	,542		
Kadınların toplum içindeki rolleri özgürleşmektedir.	,455		
Yerel kültürel hayat yeniden canlanmaktadır.	,406		
<i>F2.Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler</i>			
Gençler aile yapısından uzaklaşmaktadır.		,825	
Geleneksel yaşam biçimi bozulmuştur.		,755	
Aile yapısında olumsuz değişiklikler artmıştır.		,749	
Alkol kullanımı artmıştır.		,682	
Suç oranı artmaktadır.		,664	
<i>F3.Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler</i>			
Yerel halk yazlık sahiplerinin kullandığı tesislerden yararlanamamaktadır.			,792
Plaj vb. turistlerin kullandığı alanlara yerel halkın girişi kısıtlanmaktadır.			,787
Dini inanç ve davranışlar değişmekte ya da yerine getirilememektedir.			,645
Ulaşım vb. hizmetler turizm sezonu dışındaki dönemlerde aksamaktadır.			,568
Yerel halkın şivesi değişmektedir.			,551
Yerel halk fiyatlardaki yükseliş nedeniyle bölgeden dışarıya göç etmektedir.			,516
Cronbach alpha	,743	,806	,645
Özdeğerler	3,708	2,830	2,308
Açıklanan varyans (%)	15,202	14,736	14,293
Toplam açıklanan varyans (%)	44,231		

Keiser Meyer Olkin (KMO) değeri:0.730; Bartlett's Test of Sphericity sonucu: 2217.841 ($p<0,001$).

faktörü en düşük algı puanına sahiptir ($\bar{X}=2,48$) (Tablo 3).

Farklılık Analizleri

Veri analizi sonuçlarında destekleyici bir çerçeve sağlamak için, araştırmaya katılan yanıtlayıcıların karakteristiklerinin araştırılması önemlidir. Bu nedenle bu kısımda faktör analizi sonucunda elde edilen faktörler ile yerel halkın demografik karakteristikleri arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı değerlendirilmiştir.

T testi sonuçlarına göre kadın ve erkek ziyaretçiler için faktörlere atfedilen önem dereceleri bakımından anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$). Medeni durum ve faktörler arasında karşılaştırma yapıldığında ise “günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler” faktörüne evliler ($\bar{X}=2,64$), bekârlara göre ($\bar{X}=2,39$) daha fazla önem atfetmiştir ve aralarındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(370)}=2,344$; $p<0,05$), (Tablo 4). Katılımcıların doğum yeri ile faktörlere atfedilen önem dereceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Buna göre yerel halkın doğum yerinin Çınarcık olması ya da olmaması turizmin sosyo-

kültürel etki algılamaları konusunda farklılaşmaya yol açmamaktadır.

Çeşitli çalışmalarda aile üyeleri turizmde çalışan ve çalışmayan yerel sakinler arasında algısal farklılıklar olabileceği belirtilmiştir. Kuvan ve Akan (2005) Belek örneğinde “ekonomik problemler, ekonomik faydalar ve pozitif sosyo-kültürel” etki faktörlerinde aile üyeleri turizmle ilgili işlerde çalışan ve çalışmayan gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar tespit etmiştir. Uygulanan t testi sonuçlarına göre, araştırma kapsamında iş kategorisi ile “olumlu sosyo-kültürel etkiler” ve “aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler” faktörleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Olumlu sosyo-kültürel etkiler faktörüne turizmle ilgili işlerde çalışan gruplar ($\bar{X}=3,55$), turizmle ilgili işlerde çalışmayan gruplara göre ($\bar{X}=3,34$) daha fazla önem atfetmişlerdir ($t_{(356,153)}=-2,860$ $p<0,01$). “Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler” faktörü ise turizmle ilgili işlerde çalışan gruplarda ($\bar{X}=3,98$), turizmle ilgili işlerde çalışmayan gruplara göre ($\bar{X}=3,74$) daha olumsuz bulunmuştur ($t_{(356,516)}=-2,550$ $p<0,05$) (Tablo 4).

Tablo 3. Sosyo-Kültürel Etkilere İlişkin Yerel Halkın Görüşlerinin Ortalamaları

Faktör ve ifadeler	Ortalama (\bar{X})	Standart sapma (S.S.)
F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler	3,45	0,68951
Kadınların işgücüne katılımı artmaktadır.	3,47	1,178
Toplumda yeni meslekler ortaya çıkmaktadır.	3,42	1,124
Eğlence ve turizm tesisleri artmaktadır	3,70	1,200
Yerel halk ve yazlıkçılar arasında dostluklar kurulmaktadır.	3,91	1,199
Yerel halkın hayat standartları yükselmektedir.	3,23	1,260
Kültürel değiş tokuş için fırsatlar artmaktadır.	3,31	1,186
Çınarcık'a işçi göçleri artmaktadır.	3,99	1,190
Kadınların toplum içindeki rolleri özgürleşmektedir.	3,33	1,170
Yerel kültürel hayat yeniden canlanmaktadır.	2,67	1,334
F2. Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler	3,86	0,90939
Gençler aile yapısından uzaklaşmaktadır.	3,85	1,243
Geleneksel yaşam biçimi bozulmuştur.	3,62	1,334
Aile yapısında olumsuz değişiklikler artmıştır.	3,51	1,249
Alkol kullanımı artmıştır.	4,22	1,067
Suç oranı artmaktadır.	4,10	1,150
F3.Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler	2,48	0,90516
Yerel halk yazlık sahiplerinin kullandığı tesislerden yararlanamamaktadır.	2,26	1,336
Plaj vb. turistlerin kullandığı alanlara yerel halkın girişi kısıtlanmaktadır	2,34	1,431
Dini inanç ve davranışlar değişmekte ya da yerine getirilememektedir.	2,43	1,337
Ulaşım vb. hizmetler turizm sezonu dışındaki dönemlerde aksamaktadır.	3,03	1,497
Yerel halkın şivesi değişmektedir.	2,27	1,311
Yerel halk fiyatlardaki yükseliş nedeniyle bölgeden dışarıya göç etmektedir.	2,55	1,374

1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 4. Sosyo-Kültürel Faktörlerin Sosyo-Demografik Özelliklere Göre T Testi Sonuçları

Cinsiyet	Kadın (\bar{X})	Erkek (\bar{X})	Sd	t değeri	p değeri
Faktörler					
F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler	3,50	3,40	370	1,410	0,0159
F2.Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler	3,88	2,59	370	0,603	0,0547
F3.Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler	2,59	2,41	370	1,768	0,078
Medeni durum					
	Evli (\bar{X})	Bekar (\bar{X})		t değeri	p değeri
Faktörler					
F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler	3,52	3,41	370	1,455	0,146
F2.Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler	3,80	3,89	370	0,875	0,382
F3.Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler	2,64	2,39	370	2,344	0,020*
Doğum Yeri					
	Çınarcık (\bar{X})	Diğer (\bar{X})	Sd	t değeri	p değeri
F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler	3,42	3,46	370	0,541	0,589
F2.Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler	3,96	3,78	363,453	1,942	0,053
F3.Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler	2,38	2,56	370	-1,791	0,074
İş kategorisi					
	Turizmle ilgili işler (\bar{X})	Turizm dışı işler (\bar{X})	Sd	t değeri	p değeri
F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler	3,55	3,34	356,153	-2,860	0,004**
F2.Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler	3,98	3,74	364,516	-2,550	0,011*
F3.Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler	2,40	2,56	370	1,544	0,123

**P≤0,01 *P≤0,05

Araştırma kapsamında uygulanan ANOVA testi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. King ve arkadaşları (1993) yaş grubu daha yüksek olan ev sahibi halkın turizme yönelik daha pozitif olduklarını belirtmişlerdir. Nitekim elde edilen bulgulara göre; yaş grupları değişkeni ile "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F_{(7,791)}=3,368$; $p<0,01$). Tukey testi sonuçlarına göre 25-44 yaş grubundakiler "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörüne 18-24 yaş grubu ile 65 ve üzeri yaş grubuna göre daha fazla önem atfetmiştir. Bu durumda orta yaş grubundakiler, ikinci konut turizminin aile ve toplum üzerindeki etkileri konusunda daha fazla endişelidirler.

Ailenin aylık toplam geliri değişkeni ile "olumlu sosyo-kültürel etkiler" ve "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri" faktörleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Tukey testinden elde edilen sonuçlara göre 5000 TL ve üzeri gelire sahip olanlar hem 1000-2500 TL hem de 2501-5000 TL arasında gelire sahip olanlara nazaran "olumlu sosyo-kültürel etkiler" faktörüne daha az önem atfetmişlerdir. Buna göre daha yüksek gelir düzeyine sahip olan grupların, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine daha az inan-

dıkları söylenebilir. "Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörüne ise 2501-5000 TL arasında gelire sahip olan grupların ($\bar{X} = 4,05$), 1000-2500 TL arasında gelire sahip olan gruplara göre ($\bar{X} = 3,73$) daha fazla önem atfettikleri görülmüştür.

Eğitim düzeyi yüksek olanlar turizmin toplumsal etkileri konusunda daha yüksek bir farkındalığa sahiptirler. Bu nedenle turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri konusunda daha yüksek bir algılamaya sahiptirler (Brunt ve Courtney 1999: 496). Eğitim düzeyine ilişkin ANOVA testi sonuçlarına göre, "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörü ve "günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler" faktörüne göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tukey testi sonuçlarına göre, ön lisans ($\bar{X} = 4,12$) ve lisans ($\bar{X}=4,03$) düzeyinde eğitime sahip olanlar, ikinci konutların "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri" faktörüne ilkökul düzeyinde eğitime sahip olanlara göre ($\bar{X} = 4,58$) anlamlı bir şekilde daha fazla önem atfetmişlerdir. İkinci konutların "günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkileri" faktörüne ise ön lisans mezunlarının ($\bar{X}=2,89$) ilkökul mezunlarına göre ($\bar{X}=2,41$) daha fazla önem atfettikleri görülmüştür. Buna göre ikinci konutların, günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkileri, dü-

şük eğitim seviyesine sahip olan gruplarda daha az hissedilmektedir.

Destinasyonda ikamet süresi fazla olanların, turizmin aile ve toplum üzerindeki etkileri konusunda olumsuz algılamaları daha yüksektir (McGehee ve Andereck 2004: 136). Nitekim ANOVA testi sonuçlarına göre Çınarcık'ta ikamet süresi ile "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F(4,367)=3,677$; $p<0,01$). Tukey testi sonuçlarına göre, Çınarcık'ta 41 yıldan fazla süredir ikamet edenler ($\bar{X}=4,01$), 1-10 yıldır ikamet edenlere ($\bar{X}=3,96$) göre "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler" faktörüne daha fazla önem atfetmişlerdir (Tablo 5).

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Çalışmanın başlıca amacı, Çınarcık'taki yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algılarını araştırmak ve demografik değişkenlere göre gösterdiği farkları değerlendirmektedir.

Faktör analizinden elde edilen sonuçlara göre Çınarcık'ta ikinci konutların sosyo-kültürel etkilerine ilişkin üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. İlk faktör ikinci konutların "olumlu sosyo-kültürel etkileri", ikinci faktör "aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri" ve üçüncü faktör "günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler" faktörüdür. İkinci konutların olumlu sosyo-kültürel etkileri faktörüne ilişkin algı ortalaması 3,45'tir. Yerel halk "olumlu sosyo-kültürel etkiler" faktöründe en fazla; Çınarcık'a olan göçlerin artması ifadesine katılım göstermişlerdir. İkinci konutların "aile yaşamı üzerinde yol açtığı olumsuz etkiler" faktöründe ise en olumsuz olarak gençler üzerindeki etkileri belirtmişlerdir. Daha sonra geleneksel yaşam biçimi ve aile yaşamında meydana gelen değişimleri belirtmişlerdir. İkinci konutların "günlük yaşam üzerindeki etkileri" faktörüne ise katılım ortalaması düşük çıkmıştır ($X=2,48$). Yerel halk ikinci konutların yarattığı gelirden dolayı günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkileri tolere etmektedir.

Tablo 5. Sosyo-Kültürel Faktörlerin Sosyo-Demografik Özelliklere Göre One-Way ANOVA Sonuçları

Sosyo-demografik değişkenler	F1.Olumlu sosyo-kültürel etkiler	F2. Aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkiler	F3. Günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkiler
Yaş	F= ,407 p= ,748	F=7,791 p=,000**	F=1,151 p= ,328
18-24	3,53	3,61	2,58
25-44	3,45	4,05	2,54
45-64	3,43	3,90	2,41
≥65	3,37	3,36	2,31
Ailenin aylık geliri	F=3,828 p=,023*	F=5,436 p=,005**	F=1,701 p=,184
1000-2500 TL	3,46	3,73	2,40
2501-5000 TL	3,49	4,05	2,56
≥5001+ TL	3,10	3,78	2,59
Eğitim	F=,777 p=,541	F=4,009 p= ,003**	F=4,406 p=,002**
İlkokul (< 8 yıl)	3,33	3,58	2,41
İlköğretim (≥ 8yıl)	3,53	3,99	2,49
Lise	3,49	3,75	2,27
Ön lisans	3,45	4,12	2,89
Lisans ve üzeri	3,42	4,03	2,61
İkamet süresi	F=1,043 p=,385	F= 3,677 p=,006**	F= 2,208 p=,068
1-10 yıl	3,35	3,96	2,64
11-20 yıl	3,55	3,96	2,53
21-30 yıl	3,41	3,56	2,50
31-40	3,52	3,87	2,49
≥41	3,47	4,01	2,25

**P≤0,01 *P≤0,05

T-testi sonuçlarına göre evli olanlar, turizmin günlük yaşam üzerindeki olumsuz etkilerini bekârlara göre daha fazla önemsemektedir. ANOVA sonuçlarına göre ise eğitim düzeyi yüksek olanlar, turizmin günlük yaşam üzerinde olumsuz etkilere yol açtığı konusuna daha fazla katılmışlardır. Turizmle ilgili işlerde çalışanlar, turizmin sosyo-kültürel etkilerini daha olumlu algılamışlardır. Ancak diğer yandan yüksek gelir grubuna sahip olan gruplar ise turizmin sosyo-kültürel etkilerini daha olumsuz görmüşlerdir. Turizmin “aile ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri” ise turizmle ilgili işlerde çalışanlar tarafından daha fazla hissedilmektedir.

Çınarcık'ta 1960'lı yıllardan itibaren ikinci konutlar gelişmeye başlamıştır. Çınarcık başta İstanbul olmak üzere, İzmit, Adapazarı, Bursa gibi Türkiye'nin önemli büyük şehirlerinin hinterlandında yer almaktadır. Başta balıkçılık ve odunculukla geçimini sağlayan yerel halk, ikinci konutların gelişmesine bağlı olarak turizmle ilgili hizmet sektörlerinde çalışmaya başlamıştır. İkinci konutlar ilçede kentleşme hızını arttırırken primer sektörlerin hızla yok olmasına neden olmuştur. Bu değişim halkın sosyal ve kültürel öğelerinin de değişmesine yol açmıştır.

1990'lı yıllardan başlarından itibaren Türkiye'de, Ege ve Akdeniz'de yeni tatil destinasyonlarının gelişmesi, otel sektörünün gelişmesi, tatil anlayışının değişmesi, tatil olanaklarının ucuzlaması ve Ege ve Akdeniz gibi uzak destinasyonlara hava ve diğer ulaşım olanaklarının artması ile birlikte ikinci konutlara olan talep düşmeye başlamıştır. Bu nedenle Çınarcık da destinasyon olarak bu dönemde düşüş evresine girmiştir. Zaman içinde turizme bağlı olarak primer sektörlerden kopan yerel halk, geleneksel yaşam biçimini unutturmuştur. İlçede hala ikinci konutlara bağlı olarak turizm faaliyetleri sürmektedir. Ancak 1999 Marmara Depremi'nden sonra konut fiyatları iyice düşmüş ve varlıklı yazlıkçılar konutlarını düşük fiyatlarla satarak güneyde daha moda destinasyonlara yönelmişlerdir. Böylece ilçedeki ikinci konutlar İstanbul, Bursa, Adapazarı, İzmit gibi büyük şehirlerde düşük ücretle çalışan aileler tarafından satın alınmıştır. Yerel halk yeni ikinci konut sahiplerinin getirilerinden

ekonomik olarak tatminsizdir. Bu da onların sosyo-kültürel etkiler konusundaki algılamalarının negatif yönde ilerlemesine yol açmaktadır. Çevresinde Türkiye'nin önemli turist gönderen illeri bulunan Çınarcık'ta farklı turizm olanaklarına olan yatırımlar arttırılırsa, buraya olan talebin yüksek olması muhtemeldir. Bu durum eğitim, refah, kültürel aktiviteler vb. gibi sosyo-kültürel anlamda gelişmelere de yol açabilir. Bu nedenle sosyo-kültürel iyileşme için öncelikle alandaki turizm gelirlerinin arttırılmasına yönelik tedbirlerin alınması gereklidir.

KAYNAKÇA

- Alhasanat, S.A. ve Hyasat, A.S. (2011). Sociocultural Impacts of Tourism on the Local Community in Petra, Jordan, *Jordan Journal of Social Sciences*, 4 (1): 114-158.
- Andereck, K.L., Valentine, K.M.; Knopf, R.C. ve Vogt, C.A. (2005). Residents Perceptions of Community Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1056-1076.
- Ap, J. (1992). Residents Perceptions on Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 665-690.
- Aronsson, L. (2004). Place Attachment of Vacation Resident: Between Tourists and Permanent Residents. İçinde C.M. Hall and D. K. Müller, (Editors) *Tourism, Mobility and Second Homes Between Elite Landscape and Common Ground* (p. 75-86). Clevedon: Channel View Publications.
- Bakırcı, S. (2007). Yabancıların İkinci Konut Talebinin Fiziksel Çevreye Etkisi: Dalyan Örneği. (*Basilmanış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Baltacı, F. (2011). İkinci Konut Turizmi Kapsamında Alanya'da Konut Edinen Yabancıların Kentin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Yapısına Etkileri (*Basilmanış Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts, *Annals of Tourism Research*, 26 (3): 493-515.
- Chuang, S.T. (2013). Resident Attitudes Toward Rural Tourism in Taiwan: A Comparative Viewpoint, *International Journal of Tourism Research*, 15: 152-170.
- Clout, H.D. (1969). Second Homes in France, *Journal of the Town Planning Institute*, 55: 440-443.
- Cottyn, I. (2011). The Spatial and Socio Cultural Impacts of Second Home Development A Case Study on Franschhoek South Africa (*Unpublished Master Thesis*). Netherlands: Utrecht University International Development Studies.
- Dal, N. ve Baysan, S. (2007). Kuşadası'nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekânsal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları, *Ege Coğrafya Dergisi*, 16: 69-85.
- Dykes, S. ve Walmsley, A. (2015). The Reluctant Tourist? An Exploration of Second Home Owners' Perceptions of Their Inpactson North Cornwall, UK, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6 (2): 95-116.

- Emekli, G. (2014). İkinci Konut Kavramı Açısından Turizm Coğrafyasının Önemi ve Türkiye’de İkinci Konutların Gelişimi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 23 (1): 25-42.
- Farstad, M. ve Rye, J.F. (2013). Second Home Owners, Locals and Their Perspectives on Rural Development, *Journal of Rural Studies*, 30: 41-51.
- Gökdeniz, A. (2014). *Ev Turizmi Ayvalık ve Danimarka Navasol Örnekleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hall, M. ve Page, S.J. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation Environment, Place and Space*. Londra ve New York: Routledge.
- Hashimoto, A. (2002). Tourism and Sociocultural Development Issues. İçinde; R. Sharpley and D. J. Telfer (Editors) *Tourism and Development* (p. 202-230). Great Britain: Channel View Publications.
- Kılıçaslan, Ç. (2006). İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi, *Süleyman Demirel Üniv. Orman Fakültesi Dergisi*, A (1): 147-156.
- Kısa, P. (1998). İkinci Konut Mimarlığında Cephe, Kütle ve Dış Mekân Oluşumu (Bodrum-Antalya Arası Kıyı Yerleşmeleri) (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Edirne: Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- King, B., Pizam, A. ve Milman, A. (1993). Social Impacts of Tourism: Host Perceptions, *Annals of Tourism Research*, 20 (4): 650-665.
- Kozak, M. ve Duman, T. (2011). İkinci Konutların Turizm Sektörüne Kazandırılması: Muğla İli Datça İlçesi Örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (2): 226-242.
- Kuvan, Y. ve Akan, P. (2005). Residents Attitudes Toward General and Forest-related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya, *Tourism Management*, 26 (5): 691-706.
- Manisa, K. (2007). İkinci Konutların Turizm Sektöründe Yeniden Kullanılabilmesine İlişkin Bir Model Önerisi (*Basılmamış Doktora Tezi*). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Marjavaara, R. (2007). The Displacement Myth: Second Home Tourism in the Stockholm Archipelago, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 9 (3): 296-317.
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Londra: Longman.
- McGehee, N.G. ve Andereck, K.L. (2004). Factors Predicting Rural Residents’ Support of Tourism, *Journal of Travel Study*, 43: 131-140.
- Müller, D.K. (1999) German Second Home Owners in The Swedish Countryside: On The Internationalization of the Leisure Space (*Basılmamış Doktora Tezi*). Sweden: Umeå University Department of Social and Economic Geography.
- Müller, D.K. (2004). Mobility, Tourism and Second Homes. İçinde; M. Hall and D. K. Müller (Editors) *Tourism, Mobility and Second Homes Between Elite Landscape and Common Ground* (p. 387-398). Clevedon: Channel View Publications.
- Müller, D.K. (2011). Second Homes in Rural Areas: Reflections on a Troubled History, *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, 65 (3): 137-143.
- NVI (2014). <http://www.nvi.gov.tr/NVI.html>, Erişim tarihi: 29 Ekim 2015.
- Özgüç, N. (1977). Tatil Evleri, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehircilik Enstitüsü Dergisi, 14: 69-92.
- Özsoy, T. (2015). Türkiye’de İkinci Konutların Turizmin Pazarlamasında Kullanımı, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (10): 01-18.
- Pitkänen, K. ve Vepsäläinen, M. (2008). Foreseeing the Future of Second Home Tourism: The Case of Finnish Media and Policy Discourse, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8 (19): 1-24.
- Rye, J.F. (2011). Conflicts and Contestations, Rural Populations Perspectives on the Second Homes Phenomenon, *Journal of Rural Studies*, 27: 263-274.
- Sabancı, S. (1995). Ekolojik Açından Turizm Yerleşimlerinin Kıyı Kullanımına Etkisi (İkinci Konut Olgusu-Silivri Örneği) (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Salamin, F. (2011). Integration of Second Homeowners: An Alternative Solution to the Second Home Problems in Brione Sopra Minusio (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İtalya: Università della Svizzera Italiana.
- Salazar, N.B. ve Zhang, Y. (2013). Seasonal Lifestyle Tourism: The Case of Chinese Elites, *Annals of Tourism Research*, 43: 81-99.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. Londra: Sage Publications.
- Somuncu, M., Akpınar, N., Kurum, E., Çubuk Kaya, N. ve Özelçi Eceral, T. (2010). Gümüşhane İli Yaylalarındaki Arazi Kullanımı ve İşlev Değişiminin Değerlendirilmesi: Kazıkbeli ve Alistire Yaylaları Örneği, *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2 (2): 107-127.
- Turizm Bakanlığı (1990). *İkinci Konut Envanteri, 1989 (Rapor No: 1990/3)*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü.
- TÜİK (2014). <https://biruni.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>, Erişim tarihi: 17 Aralık 2015.
- Ursić, S., Mišetić, R. ve Mišetić, A. (2016). How to Preserve Landscape Quality-Second Home Paradox, International Conference Green Urbanism, *Procedia Environmental Sciences* (101-111). Elsevier.
- Wang, X. (2006). The Second Home Phenomenon in Haikou China (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Canada: University of Waterloo, Planning Department.



Ayşe OKUYUCU

Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nden (Coğrafya Bölümü'nden) mezun oldu (2008). Yüksek lisans derecesini Ankara Üniversitesi'nden Coğrafya Anabilim dalından (2011), doktora derecesini de Ankara Üniversitesi'nden Coğrafya Anabilim dalından aldı (2016). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2010). Halen Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Kültür ve Miras Turizmi, İkinci Konut Turizmi ve Turizm Coğrafyasıdır.



Mehmet SOMUNCU

Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nden (Fiziki Coğrafya ve Jeoloji Anabilim Dalından) mezun oldu (1984). Yüksek lisans derecesini Ankara Üniversitesi'nden Coğrafya Anabilim dalından (1987), ve doktora derecesini de Ankara Üniversitesi'nden Coğrafya Anabilim dalından aldı (1993). Yüksek lisans döneminde 1985-1987 yılları arasında TÜBİTAK Yapı Araştırma Enstitüsü'nde araştırmacı olarak görev yaptı. Ankara Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1989). Doçentlik unvanını Beşeri ve İktisadi Coğrafya alanında aldı (2006). Profesörlüğe Ankara Üniversitesi'nde yükseltildi (2011). Halen Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Turizm ve Rekreasyon, Kırsal Coğrafya, Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmadır.

Turizm ve Şehir Vergisi: Kuramsal Bir Analiz ve Türkiye Üzerine Öneriler

Tourism and City Tax: A Conceptual Analysis and Proposals on Turkey

Mustafa DOĞAN*

*Yrd. Doç. Dr., Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Batman Merkez Yerleşkesi, PK 72000, Batman.

E-posta: mustafa.dogan@batman.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7648-8469

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 19 Nisan 2017

Düzeltilme: 27 Mayıs 2017

Kabul: 1 Temmuz 2017

Anahtar sözcükler: Sürdürülebilirlik,
Turizm, Vergi, Şehir vergisi,
Uygulama örnekleri, Türkiye.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 19 April 2017

Resubmitted: 27 May 2017

Accepted: 1 July 2017

Key words: Tourism, Tax, City tax,
Implementation examples, Turkey.

ÖZ

Turizmde uygulanan vergiler hem alanyazın hem de sektörde önemli bir tartışma alanıdır. Dünyanın birçok ülkesinde, özel olarak sadece turizm sektöründe uygulanan ve turistten alınan özel vergiler ortaya çıkmıştır. Farklı ülkelerde farklı isimler altında olsa da bu vergilerin en yaygını şehir vergisidir. Çalışmada, şehir vergisinin kavramsal çerçevesi ve uygulama alternatiflerinin sürdürülebilirlik perspektifiyle incelenmesi amaçlanmıştır. Türkiye'de, daha önce teklif edilmesine rağmen yasalaşmayan ve hali hazırda uygulanmayan bu vergiye ilişkin kuramsal bir analiz yapılmış ve uygulamaya yönelik senaryolar tartışılmıştır. Çalışmada, alanyazın ve diğer ülke uygulamaları dikkate alındığında, Türkiye'de şehir vergisinin yeni bir yasal çerçeveye birlikte uygulanmasının turizm açısından uygun olacağı düşünülmektedir. Türkiye'de şehir vergisinin hayata geçirilmesinin, yerel yönetimler ve sürdürülebilir destinasyonlar için çok yönlü ve ciddi faydalar sağlayacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda araştırma, yasal düzenleme ve uygulamaya yönelik öneriler geliştirmiştir.

ABSTRACT

The taxes that are applied in tourism are an important discussion area for both literature and sector. In many countries of the world, some taxes have emerged which are specifically applied only in the tourism sector and collected from tourists. Although these are in different countries under various names, the most common of them is city tax. In the study, it has been aimed to investigate the conceptual framework and implementation alternatives of the city tax within sustainability perspective. In Turkey, a theoretical analysis has been made on this taxation that has not been enacted yet and implemented yet, and scenarios for implementation have been discussed. Considering to the literature and other countries examples, the study thinks that the implementation of city tax together with a new legal framework in Turkey will appropriate for tourism. It is foreseen that implementation of the city tax in Turkey will provide miscellaneous and significant benefits for local governments and sustainable destinations. In this context, the research has developed proposals focus on legislative regulation and implementation.

GİRİŞ

Turizm her yıl tekrarlanan geçici ve kısa süreli ancak kitlesel bir yer değiştirme hareketi olarak değerlendirilebilir. Türkiye son birkaç yıldır nüfusunun yarısı civarında; Fransa, İspanya gibi ülkeler ise nüfuslarından daha fazla sayıda yabancı turist ağırlamaktadır (WTO 2017). Bu sayılar, yerli turist hareketleri de düşünüldüğünde daha da artmaktadır. Turizm temelli bu hareketlik, her yıl milyonlarca turist ağırlayan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olmasının yanında bazı sorunlara da neden olmaktadır. Turizm sezonu genişledikçe, bu kitlesel yer değiştirme hareketinin yöneldiği ülke, bölge ve yerelliklerde ortaya

çıkan ihtiyaç ve buna bağlı sorunlar da artmaktadır. Turizmin maliyeti olarak da değerlendirilebilecek bu sorunlar, destinasyonların çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik ortamlarında gözlemlenmekte ve etkileri değişmektedir.

Turizmin öncelikle doğal ve sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik hassasiyet ve çabalar, sürdürülebilirlik yaklaşımının etkisiyle günden güne gelişmektedir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Komisyonu (1987) sürdürülebilir gelişmeyi, insanlığın gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamayı tehlikeye atmadan bugünün ihtiyaçlarını karşılama yeteneği olarak tanımlamıştır. Sürdürülebilirlik, tüm

dünyada çevresel sorunlara karşı farkındalık artışı ve devamında ekonomik, sosyal ve kültürel boyutta yaşanan kabul edilemez sorunların çözümünde temel referans haline gelen yaklaşımlardan biridir. Çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik sağlandığı takdirde sürdürülebilirlik gelişme gerçekleştirebilmektedir. Küresel turizm sisteminde, turizm sektöründe, ulusal turizm örgütleri ya da turizm ekonomisine bağımlı ülkelerin bazı itirazlarına rağmen, köklü değişimler yaşanmaktadır (Scott vd. 2010). Sürdürülebilirlik yaklaşımının turizm endüstrisine daha yoğun biçimde adapte edilmesi kaçınılmaz görünmektedir.

Turizmde sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanması, destinasyonların çekicilikleri olan doğal, kültürel vb. tüm varlık ve değerlerinin korunması; koruma-kullanma dengesinin sağlanması ve bu değerlerin gelecek kuşaklara da taşınabilmesini amaçlamaktadır. Bu denge, ancak turizmdeki tüm paydaşlar temelinde yapılacak planlamalar ve uygulamalarla mümkündür. Turizmin destinasyonlar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak; destinasyonların kimliğini, doğasını ve sahip olduğu tüm çekicilikleri korumak ve yaşam kalitesini hem turist hem de yerel halk için geliştirmek amacıyla çeşitli faaliyetlerin yürütülmesine; çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu faaliyet ve çalışmaları finanse etmek için de ilave ya da yeni ekonomik kaynaklara ihtiyaç duyulmuş ve bunun bir sonucu olarak dünyanın birçok ülkesinde ve şehrinde, konaklama, şehir, koruma vb. isimlerle yeni vergiler hayata geçirilmiştir.

Çalışma, şehir vergisini sürdürülebilirlik perspektifiyle teorik ve uygulamalar çerçevesinde incelenmeyi amaçlamıştır. Mevcut alanyazın ve dünyadaki uygulamaları değerlendirerek, gelecek çalışmalara ve Türkiye için somut uygulamalara alan açabilmek önemsenmektedir. Araştırmanın temel motivasyonu, Türkiye’de halihazırda uygulanmayan bu tür bir vergiye ilişkin tartışmaları biraz daha olgunlaştırabilmek; teoriye ve uygulamaya katkı sağlayabilmektir. Türkiye’de şehir vergisinin yeni bir yasal çerçeveye birlikte uygulanmasının turizm endüstrisi, yerel yönetimler ve destinasyonlara olası etkilerini tartış-

manın ve somut öneriler geliştirmenin önemli olduğu düşünülmektedir.

İNCELEME YAKLAŞIMI

Bu çalışmada öncelikle turizme özgü vergilerin ortaya çıkışı süreci, nedenleri, gelişimi ve bunun turizm endüstrisi içinde arz ve talep yönlü etkilerinin kapsamlı bir şekilde sunulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, turizme özgü ve turistten alınan özel vergiler taranmış; dünyadaki uygulamalarda en yaygın, sektörün paydaşları ve alanyazını açısından da en bilinen tür olan, “şehir vergisi” olgusu ele alınmıştır. Kavramın daha iyi anlaşılması amacıyla, dünyadaki uygulama örnekleri, bilimsel alandaki kuramsal çalışmalar ve alan araştırmaları analitik bir yöntemle incelenmiş ve tartışmalar da dikkate alınarak değerlendirilmeler yapılmıştır. Çalışma, şehir vergisini daha çok sürdürülebilirlik yaklaşımı ekseninde ve vergilendirmenin amacı, etkinliği, işlevi ile vergilendirilen açısından gereklilik, meşruiyet, adillik gibi kavramlarla ilişki kurarak tartışmaya odaklanmıştır.

Ziyaretçi için bir destinasyon, sürekli yaşayan sakinleri için bir il, ilçe, belde vb. olarak anılan coğrafi yaşam alanlarında, farklı grupların çeşitli ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetleri üreten ve özellikle turizme ilişkin sorunları azaltacak bir paydaş olarak da ortaya çıkan yerel yönetimlerin önemi, gitgide artmaktadır. Türkiye’de henüz uygulanmayan bu vergiye ilişkin, alanyazın incelemesi ile ikincil kaynaklar üzerinden bir kuramsal bir analiz yapılmış ve uygulamaya yönelik olası senaryolar ve etkileri tartışılarak, bu çerçevede Türkiye için somut öneriler geliştirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Vergi

Vergiler güvenlik, altyapı, eğitim, sağlık ve bunun gibi kamu hizmetlerinin gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan finansmanı sağlayan önemli bir araçtır (Cural ve Çevik 2015). Vergilendirme, kamu giderlerini karşılamak üzere, gerçek ve tüzel kişiler üzerine konulan her türlü mali yükümlülüğe ilişkin yetkiyi kapsamaktadır. Vergilendirmede temel amaç, devletin kamusal hiz-

metlere ilişkin finansmanının sağlanmasıdır. Yerel ya da merkezi düzeyde ilgili kurumların bütçelerine aktarılan vergi gelirleri, ihtiyaç duyulan kamusal hizmetler için harcanmaktadır. Vergi ile ilgili önemli konulardan biri, vergi ödeyenlerin, toplanan vergilerin gerekçesi, amacına uygun harcanması ve adilliği konularındaki hassasiyetidir. Bu tür hassasiyetler, farklı toplum ve ülkelerde şiddeti farklı olsa da genellikle tüm vergilere ilişkin görülebilmektedir. Vergilerin toplanması ve harcanmasındaki şeffaflık, mükellefler için vergiye katılımı da etkileyen, dolayısıyla mükellefin kendi vergi yükünün adil olmadığını algılaması, vergi uyumsuzluğunu yaratan önemli bir faktördür (Serim 2014: 144). Bu nedenle vergide adalet ve etkinlik, iki önemli ilke olarak ortaya çıkmaktadır (Gooroochurn ve Sinclair 2003).

Feld ve Tyran (2002), ampirik çalışmalarında, kanunların adil olduğunu algılayan vatandaşların, vergi kanunlarına uyumunun da yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Vergi mükelleflerine saygılı bir yaklaşım ve şeffaf prosedürler uygulandığında; mükellefin gönüllü uyumu ve yükümlülük duygusuyla üzerlerine düşen vergiyi ödeme olasılığı daha yüksek; vergi kaçırma ihtimali ise daha düşüktür (Kircheler vd. 2008: 211). Vergilerin gerekçesi, hangi amaçla toplandığı ve nerele harcancacağı konusundaki genel çerçeve, yerel, bölgesel ya da ulusal düzeydeki yasal düzenlemeler, ilgili yönetimlerin yasal organları tarafından belirlenebilmektedir. Avrupa'da İtalya, Hırvatistan, Almanya gibi çoğu ülkede, bu tür vergileri koyma yetkisi ve ilgili yasal düzenlemeler, şehir yönetimleri, yerel meclisler, belediyeler gibi yerel yönetim organları tarafından yapılırken bazı ülkelerde (ABD, İspanya) eyalet yönetimi ya da bölge valiliği gibi merkezi yönetim kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Bu durum ülkelerin yönetim biçimleri, idari yapısı, merkezi-yerel yönetim ilişkisi, Anayasa ve yasalarına bağlı olarak değişmektedir. Türkiye'de, vergi koyma, kaldırma ve değiştirme yetkisi, sadece yasama organı tarafından yerine getirilmektedir. Ancak anayasal düzenlemeye göre verginin oranları, indirimler, muaflik ve istisnalara yönelik, yasada belirlenen alt ve üst sınırlar içinde değişiklik yapma yetkisi, Bakanlar Kuruluna da verilebilmektedir (Yakar ve Budak 2013).

Toplumun hangi kesimlerinin vergilerin mükellefi olması gerektiği konusunda, daha yüksek gelire sahip olanların öncelikle vergilendirilmesinin daha adil olduğuna yönelik bir eğilim bulunmaktadır. Gelirdeki artışa paralel olarak artan bu vergilendirme yaklaşımından hareketle, turizm talebinde bulunanların vergilendirilmesinin adalet ilkesine uygun olduğu ifade edilmektedir (Hughes 1981; Weston 1983). Turizm talebi için diğer faktörler sabit kalmak kaydı ile harcanabilecek gelirdeki artış ile talep arasında doğrusal bir ilişki olduğu bilinmektedir. Ancak yine de verginin gerekçesi, niçin ve hangi hizmetler için harcandığı bilgisi, talebin sahibi olan turistin rızası için de önemli bir etkidir.

Şehir Vergisi

Turizm, gelir yaratıcı önemli bir sektör olarak görülmektedir ancak turist için çekici olan çoğu destinasyon, aynı zamanda yerleşik nüfusu ve gündelik hayatı olan bir alanıdır ve bu alanların yaşam kalitesi hem sakinleri hem de ziyaretçileri için önemlidir. Altyapı, yol, enerji, su, temizlik, atık, peyzaj, ulaşım, denetleme vb. gibi hizmetler genellikle o destinasyonun idari sorumlusu olan yerel yönetim birimleri tarafından üretilmekte ve karşılanmaktadır. Yoğun turizm dönemlerinde, ziyaretçi sayısı yerleşik nüfusa yakın olan ya da onu aşan destinasyonlarda, bu hizmetlerin karşılanması yerel yönetimler için önemli bir sorun haline gelmektedir. Bu verili durum, destinasyonların ortalama bir yaşam kalitesinin sakinleri ve ziyaretçileri için tesis edilmesi ve bunun sürdürülebilir olmasının zorluğunu göstermektedir. Bir bölgede resmi ikamet eden nüfusa göre planlanan tesis, altyapı vb. gibi olanaklar ve hizmetler turizm destinasyonları için özellikle yüksek sezonlarda yetersiz kalmakta, gerek turistin gerekse yerel halkın ihtiyaç duyduğu birçok hizmetin verilmesinde sorunlar yaşanmaktadır. Bu nedenle turisti kabul eden, ağırlayan ülkeler ya da destinasyonların doğrudan; o bölgelerde yaşayan yerel halkın ise dolaylı olarak yararlandığı bazı özel vergiler, aynı zamanda bölgede turistin neden olduğu maliyetin bir karşılığı olarak görülmektedir (Gooroochurn ve Sinclair 2005; Bri-da ve Pereyra 2007).

İlk kez New-York'ta Otelciler Birliği'nin sert biçimde karşı çıkmasına rağmen 1946 yılında sadece yabancı turistlere yönelik uygulamaya konulan bu tür özel vergiler, özellikle 1980'li yıllardan sonra yaygınlaşmış (Ford ve Peeper 2007) ve ABD'nin 50 eyaletinin tamamında ve 150 şehirde uygulanır hale gelmiştir (Bender 2007; USA Tax Report 2014). Şehir, konaklama, oda, yatak vb. gibi farklı isimlerle anılan ancak özünde benzer olan vergiler; bir coğrafi yönetim alanında yaşayan-ikamet edenlerin dışında, o bölgeyi dışardan ziyaret eden yerli ya da yabancı uyruklu turistlerin sunulan hizmetlere maddi katılımını düzenleyen, turizm kaynaklı bir vergi olarak ortaya çıkmaktadır. Katma Değer Vergisi (KDV) ve tüketim vergisi gibi genel vergilerin dışında, bunlara ilaveten uygulanan bu vergilerin mükellefi sadece turistlerdir. Ad Valorem bir vergi türü olarak, konaklama işletmelerinin gecelik konaklama ücretlerine, belirli oranın ya da tutarın ilave edilmesi suretiyle uygulanmaktadır.

Bu vergi gelirleri, devletin ulusal-merkezi bütçesinden çok, yerel yönetimlerin bütçelerine aktarılmakta ve turistlerin ziyaret ettiği yerellikteki harcamaları finanse etmek için kullanılmaktadır. Turist açısından toplanan vergilerin, kalın şehir ya da coğrafi bölgedeki kamusal düzen ve onun ihtiyaçları için harcanacak olması ve bunun ölçek itibarıyla gözlemlenebilir olması önemlidir. Özellikle vergide şeffaflık ilkesi gereği, yapılan hizmet ve harcamaların bilinebilir olması; turistlerin ve yaşayan halkın ihtiyaçları da dahil olmak üzere, yereldeki ortak ihtiyaçlar için kullanılması, bu tür vergilendirmelerde kolaylaştırıcı bir unsur olarak görülebilir.

Bu vergilerin yerel düzeyde planlanması ve toplanması; elde edilen kaynağın doğrudan turizmin geliştirilmesi, turizm endüstrisinden kaynaklı olumsuz etkilerin durdurulması amacıyla kullanılması konusunda genel bir eğilim bulunsa da yerel düzeyde ulaşım, taşımacılık, altyapı, kültür, sanat vb. gibi turizmi dolaylı olarak destekleyen alanlar için harcadığı da belirtilmektedir (Hiemstra ve İsmail 1992). ABD'de yapılan araştırmalarda toplanan vergilerle oluşturulan fonun hem turizm için harcanmasına (Weston 1983; Hiemstra ve İsmail 1992a; Hiemstra ve İsmail 1993; Bender 2007) hem de yerel yönetimin genel harcama bütçesine aktarılmasına izin veren yasal düzenlemeler olduğu (Spengler ve Uysal 1989) görülmektedir. Almanya Hamburg'da ise kültür ve turizm vergilerinin %100 turizme yatırılacağı; Hamburg'un imajı, kültürel ve sportif projeler için kullanılacağına dair politik söz verilmiştir (Hamburg Tourismus 2016).

Turizmde doğal ve sosyo-kültürel çevrenin kalitesi, altyapı olanakları ve üstyapı tesislerinin çekicilikleri, destinasyonun turizm talebini etkileyen önemli faktörlerdir. Turizm destinasyonlarının başarısı, bu çekiciliklerin kalitesinin korunması ve sürekliliğinin sağlanmasıyla mümkündür (Fick ve Ritchie 1991; González ve León 2001; Pintassilgo ve Silva 2007). Turizmin ve turistin destinasyonla ilişkisi günümüzde, belediyeçilik hizmetlerinin kapsamını da aşan daha geniş bir boyuta taşınmıştır. Geçmişte yerel yönetim birimlerinin, turistik yoğunluğa bağlı olarak ortaya çıkan ihtiyaçlarının finansmanı olarak düşünülen özel vergilerin kapsamı, bugün daha da genişlemiştir. Fiziksel ve doğal çevrenin korunması, biyo-çeşitliliğin sağlanması, endemik türlerin koruma altına alınması, somut ya da soyut kültürel miras değerlerinin korunması ve geleceğe taşınması gibi destinasyonların turistik çekiciliğini doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen birçok alanda ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. Bir destinasyonun gerek turizm gerekse gündelik yaşam açısından sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik ihtiyaç ve beklentiler artmaktadır. Bu nedenle turiste özel vergilerin sürdürülebilirlik eksenli kurgulanması ve gerekçelendirmesi; şehir ile sürdürülebilirlik amaçlı vergiler arasında rasyonel bir ilişkinin kurulması önemli hale gelmektedir.

ALANYAZIN

Turizm sektörüne özgü vergiler konusundaki çalışmalar daha çok bu vergilerin arz ve talep üzerindeki ekonomik etkilerine odaklanmıştır. Turizm talebinin bu tür vergilere karşı esnek olup olmadığı (elastik-inelastik) hep önemli bir araştırma ve tartışma alanı olmuştur. Mak (1988), bu tür özel vergilerin oda fiyatlarına geçmesini ve konaklama fiyatlarını yükseltmesinin etkilerini incelemiş; vergiden elde edilen fonların turizmin

gelişmesi için kullanılması durumunda, verginin olumsuz etkilerini azaltacağını tespit etmiştir. Pindyck ve Rubinfeld (1992: 315) talebin esnek olduğu durumda üreticilerin yani konaklama işletmelerinin bu yükü üstleneceğini; esnek olmadığı durumda ise tüketicilerin ilave vergiyi ve vergiye bağlı daha yüksek fiyatı ödeme eğiliminde olduklarını varsaymaktadır.

Turizmdeki diğer vergilere göre şehir ya da konaklama vergisinin potansiyel olarak daha etkili olduğu (Weston 1983); seçmenden değil turistten alındığı için politik olarak da sorunsuz ve kolay tahsil edilebildiği (Hughes 1984: 75) değerlendirilmiştir. Bu vergi, kalıcı ikametinden geçici süreyle ayrılan turist, gittiği yerlerde geçici süreyle aldığı yerel hizmetler, yararlandığı olanaklar ya da çevreye verdiği zararın bir karşılığı olduğu düşünüldüğünde, adil kabul edilmektedir (Bender 2007).

Şehir vergisi ve benzeri uygulamalar geçmişte ekonomik temelli ve daha çok yerel yönetimlerin finansman ihtiyacı için ortaya çıksa da günümüzde sürdürülebilirlik eksenli gerekçeler de belirleyici olmakta ya da etkili hale gelmektedir. Alan araştırmasına dayalı çalışmalar, daha çok Amerika ve sınırlı olarak Avrupa ülkelerindeki uygulamalar üzerine yapılan ve ekonomik etkiye yönelik araştırmalardır. Sürdürülebilirlik, çevre ve turizm ilişkisi üzerinden turist ya da diğer paydaşların algı ve tutumları üzerine yapılan çalışmalar ise sınırlıdır. Onlardan biri olan Twining ve Butler (2002) ise yaptıkları araştırmada, turistlerin sürdürülebilir turizm ve destinasyon yönetimi amaçlı olan bu tür özel vergilere katılımının yüksek ve bakışının olumlu olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Farklı bir araştırmada ise daha spesifik olarak deniz-kum-güneş odaklı turistlerinin şehir vergisini ödemedi düşük; buna karşın doğa odaklı, çevreci ve mütevazı turistlerin ise daha yüksek eğilimde oldukları tespit edilmiştir (Valle vd. 2012). Bu durum farklı turizm türleri ve farklı turist tiplerine hassasiyet, göre algı ve tutumların farklılaşabildiğini göstermektedir.

Türkiye’de yapılan çalışmalar ise oldukça azdır ve alanyazının bu alanda daha fazla kuramsal ve ampirik çalışma ile geliştirilmeye ihtiyacı bulunmaktadır. Bu alandaki ilk çalışmada Bozdoğan-

lu (2013) eski yasa tasarısı üzerinden konaklama vergisinin uygulanabilirliğini tartışmış ve uygulamaya yönelik öneriler sunmuştur. Gürel (2014) ise şehir vergisinin uygulanabilirliğini İstanbul örneği üzerinden ve turizm endüstrisinin konaklama işletmeleri temsilcileri ile değerlendirmiş ve sektörün, bu uygulamaya mesafeli yaklaştığını hatta karşı olduğunu tespit etmiştir. Buna rağmen her iki çalışma, bu uygulamanın Türkiye turizmi için olumlu etkileri olacağını değerlendirmektedir.

ŞEHİR VERGİSİ UYGULAMALARI VE DÜNYADAN ÖRNEKLER

Şehir vergisi bugün, Avrupa, Amerika, Uzak Asya ülkelerinin çoğunda, hatta Birleşik Arap Emirlikleri gibi Arap ülkelerinde de uygulanır hale gelmiştir. AB üyesi ülkelerde konaklama vergisi uygulamasının yasal dayanağı KDV uygulamasında da değişikliklerin (282/2011) yer aldığı 2006/112/EC sayılı Konsey (Official Journal of European Union, 2011) kararıdır. Verginin mükellefi; kısa süreli ve geçici konaklamalar için konaklama tesislerini kullananlar olarak tanımlanmıştır. Almanya’da konaklama vergileri “Kültür Vergisi” ve “Yatak Vergisi” olarak uygulanmakta olup konaklama zamanına, kalınan otelin oda sayısına, konaklama tipine, konaklanan odanın gecelik ücretine göre farklılık gösteren oranlarda uygulanmaktadır (Bozdoğanoglu 2013:135). Belçika’da Şehir Vergisi adıyla yerel yönetimler tarafından toplanan vergi; Antwerp, Bruges, Brüksel ve Ghent şehirleri için oteldeki oda sayısı ve gecelik konaklama fiyatı temel alınarak %1,8 oranında uygulanmaktadır. Hollanda’da “Turist Konaklama Vergisi” ülkenin 421 belediyesinin neredeyse tamamında oran (%4,5 ile %5 arasında) ya da miktar (ve 0,30 ile 3,90 Avro arasında) usulü ile uygulanmaktadır (Bozdoğanoglu 2013). İspanya’da 2011’de yasalaşmış olan “Turizm Vergisi”, 2012’den beri Katalan bölgesindeki tüm otellerde uygulanmaya başlamıştır. Verginin tutarı bölgelere ve otel kategorilerine göre 0,75 Avro ile 2,5 Avro arasında değişmektedir. Avusturya’da konaklama üzerinden alınan vergi; karavan ve kamp alanlarını da kapsamakta olup kişi başı gecelik 0,15 Avro ile 2,18 Avro arasında

değişmektedir. Portekiz'de 1 Ocak 2016'dan itibaren başkent Lizbon'a havayolu ve denizyolu ile gelen tüm turistlerden şehir vergisi adı altında alınan kişi başı 1 Avro ve otellerde konaklayan tüm turistlerden de gecelik 1 Avro konaklama vergisi uygulamasına başlanmıştır (Tourism Review 2016).

İtalya'nın birçok şehrinde 2011 yılından itibaren uygulanan şehir vergisi, tesisin niteliğine ve konaklanan gece sayısına göre farklılık göstermektedir. En yüksek vergiler Roma'da olup gecelik en düşük 1, en çok 3 Avro olarak tahsil edilmektedir. Rusya'nın turistik açıdan iki önemli şehri Moskova ve St. Petersburg'da 2011'den itibaren değişen tutarlarda şehir vergisi alınmaya başlanmıştır. Hırvatistan'da günlük kişi başı 0,25 Avro ile 1 Avro arasında değişen tutarlarda şehir vergisi alınmakta ve şehirler turist çekme kapasitesine göre kategorilere ayrılmakta, örneğin Dubrovnik A kategorisinde yer almakta olup en yüksek vergi oranda bu şehirde uygulanmaktadır (Bozdanoğlu 2013). Hırvatistan sezon ve bölge temelli uygulamasıyla Avrupa'daki diğer ülkelerden farklılaşan bir özelliğe sahiptir.

ABD'de, şehir vergisi (City Tax), otel doluluk vergisi (Hotel Occupancy Tax), konaklama vergisi (Lodging Tax) ya da otel vergisi (Hotel Tax) isimleriyle uygulanmakta olan ve tutarları eyaletlere göre farklılık gösteren verginin, uygulama şekli ise birbirine benzerdir. 30 güne kadarlık kısa süreli konaklama amacıyla kiraya verilen daireler de dahil olmak üzere otel, motel, kamping, bungalov, oda-kahvaltı hizmeti veren yerler dahil edilmiştir. New York'ta şehir vergisi, oda başına gecelik 3,5 USD olarak tahsil edilmektedir. Washington'da vergi tutarı 0,5 Dolar ile 2 Dolar arası olup otelin oda kapasitesine göre değişiklik göstermektedir. Japonya'nın başkenti Tokyo'da uygulanan şehir vergisi turizmi geliştirmek, turizm sektörüne yapılan harcamaları artırmak ve şehrin turist çeken özelliklerine katkı sağlamak amacıyla 2002'den bu yana başlatılmıştır (Bozdanoğlu 2013). Yunanistan'da KDV'ye ek olarak %0,5 oranında şehir vergisi uygulanmakta olup (The Town of Greece 2016) bu oran Yunan adalarında da geçerlidir.

TARTIŞMA: ŞEHİR VERGİSİNİN TÜRKİYE'DE UYGULANABİLİRLİĞİ

Turizm endüstrisinin iki önemli ayağı olan konaklama ve seyahat işletmelerinin sektöre özgü vergilere çoğunlukla karşı olduğu, yapılan araştırmalarla (Hughes 1981; Winkelblech vd. 1998; Bender 2007) desteklenmişse de bazı araştırmalarda (Weston 1983) toplanan vergilerin doğrudan turizmi geliştirmek için kullanılması halinde bu kesimlerde de kabul edilebilir karşılandığı görülmüştür. Özellikle konaklama işletmeleri, yerel yönetimlerin görev alanına giren bu hizmetlerin maliyetinin bir kısmının turistlere kaydırılmasını, rekabet güçlerine zarar veren haksız bir araç ya da uygulama olarak görme eğilimindedir (Aguilo vd. 2005). Yerel yönetimler açısından şehir vergisi hem ekonomik hem de politik olarak rasyonel görülmeyle birlikte, elde edilen vergi gelirleriyle turist-dostu bir çevrenin iyileştirilmediği, turizm kaynaklı yerelde artan altyapı ve üstyapı ihtiyaçlarının karşılanmadığı ve bu olanakların geliştirilmediği koşullarda (Knipe 2011) önemli sorunlar yaşanması (Hughes 1981) muhtemeldir. Bu nedenle şehir vergisi ile elde edilen fonların, hangi kurumların bütçelerine aktarılacağı, nasıl harcanacağı ve hangi hizmetler-faaliyetlerin finansmanı olacağı önemlidir.

Bu tür vergilerin turizm talebini ve özelde konaklama işletmeleri talebini olumsuz etkileyip etkilemediğine yönelik yapılan araştırmalarda (Mak ve Nishimura 1979; Combs ve Elledge 1979; Hiemstra ve Ismail 1992; Fujii vd. 1985; Bonham vd. 1992; Bonham ve Gangnes, 1996; Damon-te vd. 1998; Canina ve Carvell 2005, Aguiro vd. 2005) talebin, konaklama fiyatındaki vergi kaynaklı artışa genel olarak esnek olmadığı ve vergi kaynaklı fiyat artışlarından etkilenmediği tespit edilmiştir. Turizm endüstrisinin eleştiri ya da şikâyetlerine rağmen bu tür vergilerin, otellerin toplam gelirleri üzerindeki negatif etkisinin olmadığı ya da küçük olduğu görülmektedir (Bonham vd. 1992; Bonham ve Gangnes 1996, Mak 1988, Aguiro 2005). Mak ve Nishimura (1979) Hawaii için yürüttükleri araştırmada, %1 oranında uygulanan oda vergisi ile 2,7 milyon dolar ek gelir elde edildiği ve bu verginin talebi olumsuz yönde etkileme açısından önemsiz, turist için de

ihmal edilebilir düzeyde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hawaii için 1980 ile 1990 yılları arasındaki on yıllık süreci inceleyen Bonham vd. (1992) şehir vergisi uygulanmadan önceki ve sonraki dönemi karşılaştırmışlar ve şehir vergisinin otel satışları ve gelirleri üzerinde negatif bir etkiye neden olmadığını tespit etmişlerdir. Arguea ve Hawkins (2015) Florida'daki 1998 ve 2012 yılları arasında, konaklama vergi oranlarındaki periyodik artışların birkaç önemli ve kısa vadeli düşüşe neden olmasına rağmen uzun vadede önemli etkileri olmadığını hesaplamışlardır. Aguilo vd. (2005) Balear Adalarında konaklayan İngiliz, Hollandalı, Alman ve Fransız turistler üzerinde yaptığı araştırmada, şehir vergisinin turizm talebini olumsuz etkilemediğini ortaya çıkarmıştır.

Yine de kabul edilebilir seviyelerin üzerinde şehir vergisi oranları, tüketicinin nihai kararı üzerinde olumsuz yönde etkili olabilir. Bu durumun turist üzerinde konaklama süresi, türü, yerini değiştirme ya da eğlence, dış aktiviteler ve yeme-içme masraflarını azaltma gibi etkilere neden olabileceği düşünülmektedir (Mak ve Nishimura 1979; Hiemstra ve Ismail 1992a; 1992b). Örneğin New-York özelinde yapılan bir çalışmada (Bender 2007) 1990'ların başında turizmde çok yüksek orandaki özel vergilerin tahsil edilen toplam yıllık vergi miktarını azalttığı; yüksek konaklama vergilerinin fiyata karşı esnek olan tüketiciyi olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Arbel ve Ravid 1983; Fujii vd. 1985; Sakai 1985). Ayrıca Canina ve Carvel'in (2005) çalışmasında, küçük otellerde kalan turistlerin bu vergilere karşı daha hassas olduğu; büyük oteller ile özellikle şehir otellerinde kalan turistlerin ise bu vergileri önemsemediği görülmüştür. Demonte vd. (1998) ise vergilere bağlı talebin fiyat esnekliğinin, destinasyona göre farklılaştığını; bir destinasyonda turistlerin bu tür vergileri etkileme düzeyi düşükken başka bir destinasyonda yüksek olabildiğini ortaya çıkarmıştır. Lee (2014) ise konaklama-yatak ya da otel doluluk vergisi adı altında ilave vergi uygulamasına sahip olan ve olmayan iki destinasyonu rekabet açısından incelemiş ve bu verginin uygulayamaya sahip destinasyonun rekabet gücünü olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

Türkiye'de de turizm endüstrisinin temsilcileri benzer bir hassasiyetle konaklama üzerinden alı-

nacak bir verginin turizm talebini ve uluslararası rekabeti olumsuz etkileyeceği gerekçesiyle bu uygulama fikrine genel olarak mesafeli durmaktadır (Gürel 2014). Ancak Akdeniz çanağında bulunan ve Türkiye'nin temelde rekabet ettiği İspanya, İtalya, Fransa, Yunanistan, Portekiz, Hırvatistan gibi ülkelerin tamamında, bu vergiler uygulanmaktadır. Ayrıca turist profili açısından bakıldığında, Türkiye'yi ziyaret edenlerin yüzde 60'a yakını (Kültür Bakanlığı 2016; TURSAB 2017) Avrupa ülkelerinden gelen ve bu uygulamaya aşina olan turistlerden oluşmaktadır. Vergi uygulamasında rekabet halindeki ülkeler ve uygulanan oran ya da miktarlar dikkate alınarak bir oran belirlenebilir. Örneğin en yakın ve temel rakiplerden biri olan Yunanistan'daki oran temel alınarak rekabetin olumsuz etkilenmemesine yönelik bir strateji geliştirilebilir. Bununla birlikte, yerli turist açısından şehir vergisi yeni bir vergi olarak düşünülebilir ve etkisi yabancı turiste göre daha farklı ve olumsuz düzeyde gerçekleşebilir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün araştırmalarına (UNWTO Report 2009) göre, gelişmiş Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin çevresel hassasiyetleri, sürdürülebilirliğe bakış açıları ve sürdürülebilir turizm tercihleri sürekli artmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm ve uygulama amaçlı vergi-katkı vb. uygulamaların, Türkiye'nin uluslararası rekabetini olumsuz etkileme ihtimali, özellikle kültür turizmi bağlamında düşük olabilir. Turizm türü ve turist tipleri dikkate alındığında, özellikle deniz kum güneş turizmi açısından bazı destinasyonlarda turistin ve sektörün göstereceği tepkilerin, ilk etapta daha yüksek olması beklenebilir. Özellikle kitle turizminin önemli unsurlarından biri olan fiyat temelli, düşük ve orta gelire sahip yabancı turistler açısından şehir vergisi destinasyondan cayma nedeni potansiyeli taşısa da kültür turistleri için bu ihtimal düşüktür. Bu ihtimali de destinasyona göre farklılaşan vergilendirme yöntemi ile hafifletmek mümkün olabilir. Bununla birlikte dünyadaki uygulamalar ve gelinen süreç, sürdürülebilirlik imajı ve uygulamalarıyla desteklendiğinde bu verginin turizm talebini olumsuz etkileyen bir faktör olma ihtimalinin azalacağını göstermektedir.

Şehir vergisine esas olan dünyadaki yaygın uygulama, gecelik konaklama bedeli için oda ve kahvaltı dahil fiyattır ve konaklama dışında kalan hizmetlerin bu vergiye dahil edilmemesi şeklindedir. Oda-kahvaltı pansiyon dışında Yarım Pansiyon, Tam Pansiyon, Herşey Dahil gibi daha farklı pansiyon türlerinde hizmet veren ve konaklama bedeli fiyatlandırması buna bağlı olan konaklama işletmeleri açısından bunu ayırmak ya da vergi matrahını belirlemek uygulamada zor olabilir. Bu nedenle dünyadaki yaygın uygulamalar dikkate alındığında, Türkiye için destinasyona ve konaklanan tesisin türüne göre farklılaşan bir vergilendirme uygulamasına gidilebilir. Türkiye için Hollanda ve Hırvatistan'da uygulanan ikili sisteme benzer bir yapı uygun olabilir. Konaklama bedeli üzerinden oransal bir şehir vergisinin tutara eklenmesi ya da konaklama bedeline ek bir sabit verginin ayrıca fatura edilmesi, uygulama için daha işlevsel bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Örneğin, kültür turizmi ağırlıklı destinasyonlar olan İstanbul ve Nevşehir için oransal bir şehir vergisi uygulanırken, deniz turizmi ağırlıklı Antalya, Muğla için sabit ve daha düşük bir vergi miktarı uygulanabilir. Oran ve tutarlar destinasyona ve konaklanan tesisin türüne göre farklılaştırılabilir ve destinasyonlar için gelişmiş ve gelişmekte olan ayrımı oran ve miktarlar belirlenirken dikkate alınan bir kriter olabilir. Örneğin Bozdanoglu (2013) turizm açısından gelişmekte olan ve gelişmiş bölgeler sınıflandırması ve bu bölgelerde farklı miktarlarda vergi önermiştir. İstanbul için %1'lik bir oranın belirlendiğini düşünülürse, 2016 yılı için İstanbul'da ortalama gecelik oda fiyatının 68 Avro olduğu (TÜROB 2017) ve geceleme sayısının Kültür Bakanlığı'nın 2016 yılı verilerine göre ortalama 15 milyon olduğu kabul edilirse elde edilecek gelir (0,68 Avro x 15 milyon geceleme) 10 milyon Avro civarında olacaktır.

Uygulamaya ilişkin diğer bir sorun, vergi mükellefinin sadece yabancı turist mi olacağı, yoksa hem yerli hem yabancı turist mi olacağıdır. Dünyadaki uygulamalara bakıldığında, hakim uygulamanın milliyet-ülke ayrımı yapmaksızın verginin, yerli ve yabancı tüm turistlere uygulanması yönündedir. Türkiye'de de uygulamanın yerli-yabancı ayrımı yapmaksızın tüm turistler için

uygulanması önemlidir. Burada müze ve öğren yerleri giriş ücretlerinde olduğu gibi vatandaş ile yabancı arasında bir farklılaştırmaya gidilmesi tartışılabilir ancak mükellefler açısından vergi adaleti ve tüketicinin bu konudaki hassasiyetlerini dikkate almak gereklidir. Bu açıdan yerli veya yabancı turist için aynı oranlarda geçerli olacak bir vergilendirmenin daha adil olacağı düşünülmektedir.

Türkiye'deki konaklama işletmeleri açısından halihazırdaki ikili yapı (Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli ve Belediye Belgeli tesisler) büyük oranda kalite, standart ve uygulanan fiyatlar açısından da belirleyicidir. Belediye belgeli pansiyon veya oteller kapasite, hizmet, kalite ve fiyat olarak da Bakanlık belgeli tesislere göre genellikle daha düşüktür. Aynı zamanda Bakanlık veya Belediye belgeli olsun pansiyonlar, apart oteller ve hosteller, diğer konaklama işletmelerine göre daha düşük standartlar ve fiyatlara sahiptir. Bu tür tesislerde kalan turistler için daha düşük, 3 yıldız ve üzeri oteller, tatil köyleri ve butik otel, özel tesis kategorisindeki konaklama işletmelerinde kalanlar için daha yüksek bir vergi tutarı öngörülebilir. Aynı zamanda Bakanlık belgeli tesislerin de kendi içindeki yapılan sınıflandırmada yine kalite, standart ve fiyatlar 1 yıldızlı otelden 5 yıldızlı otele doğru artmaktadır. Bu nedenle Belediye belgeli konaklama işletmesinde konaklayan düşük bütçeli bir turist daha düşük bir vergi öderken, Bakanlık belgeli 3 yıldızlı bir otelde kalan turist daha çok vergi ödeyecek; aynı zamanda 1 yıldızlı bir otelde konaklayan turistin, 5 yıldızlı otelde kalan turiste göre daha az vergi vermesi sağlanacaktır.

Şehir vergisinden elde edilen fonların nasıl harcanacağı; hangi amaçlar için belediyeler tarafından kullanılabileceği konusunda yasada bir tanımlama ve sınırlama getirilmesi gereklidir. Verginin meşruiyeti, adilliği ve işlevselliği buna bağlıdır. Şehir vergisinin amaçları, onun tüketici açısından gerekçelendirilmesini ve meşruiyetini de belirleyecektir. Şehir vergisinden elde edilecek fonların kullanım amaçlarına ilişkin öneriler şöyledir:

- Belediyelerin faal olduğu turistik bölgede (destinasyon) turizmin geliştirilmesine doğrudan

katkı sağlayacak (tanıtım, imaj, araştırma-geliştirme, çevresel düzenlemeler, teknolojik hizmetler, altyapı, üstyapı çalışmaları vb.) faaliyetlerini gerçekleştirmek,

- Sürdürülebilir gelişme ve turizm amaçlı faaliyetlerin güçlendirilmesi; buna katkı sağlayacak paydaş eğitimleri vb. farkındalık faaliyetlerini yapmak,
- Turistin destinasyondaki deneyimlerini, hizmet kalitesini ve memnuniyetini artıracak düzenlemeleri hayata geçirmek,
- Taşıma kapasitesinin aşıldığı ya da zorlandığı turizm dönemlerinde, hizmet vermenin yetersiz kaldığı alanlarda ekipman, teçhizat, personel vb. destekleri sağlamak,
- Belediye sınırları içinde ikamet eden yerel toplumun turizmin yoğun olduğu dönemlerde maruz kaldığı sorunları azaltacak ve yaşam kalitesini artıracak uygulamaları yapmak,
- Turizmden kaynaklanan doğal, çevresel tahribatın azaltılmasını; doğal ve kültürel mirasın korunmasını, geliştirilmesini sağlamak,
- Turizmle doğrudan ve dolaylı her türlü politika ve stratejik gelişim planlarını yapmak ve uygulamak,
- Akıllı şehir ve akıllı destinasyon yönetimi gibi elektronik uygulamalar ve ağlar oluşturmak amacıyla kullanılmalıdır.

Şehir vergisine ilişkin önemli konulardan biri de bu vergiden kimlerin ya da hangi toplumsal kesimlerin muaf olacağına ilişkindir. Bu sınırın ve vergi muafiyetlerinin yasada belirlenmesi zorunludur. Dünyadaki örnek uygulamalar dikkate alındığında aşağıdaki kişi ya da grupların şehir vergisinden muaf tutulması önerilebilir;

- Konaklama işletmesinin bulunduğu Büyükşehir, il, ilçe ya da beldede yaşayanlar, yani yasal olarak ikamet eden yerli ve yabancı vatandaşlar,
- 12 yaşına kadar olan çocuklar,
- Hastalık nedeniyle, tedavi, zorunlu bakım vb. amaçlı gelenler,
- Diplomatik, siyasi, güvenlik amaçlı seyahat eden kamu çalışanları,

- Turist rehberleri, acenta sorumluları, pilot, kaptan, hostes vb. gibi turizm çalışanları (İşin bir parçası olarak ziyaret ediyorlarsa)

Şehir vergisinden elde edilen fonların klasik belediye hizmetleri dışında, destinasyonun daha sürdürülebilir hale gelmesini sağlayacak politikaları, planları, uygulamaları fonlaması ve ayrıca elde edilen fonun hangi faaliyetler için harcandığına dair bilgilerin, şeffaf biçimde kamuoyu ile paylaşılması önemlidir. İlk yapılacak faaliyetlerin başında, yerel ve bölgesel düzeyde sürdürülebilir turizm gelişim planlarının yapılması ve bu planlara uygun stratejilerin oluşturulması gerekmektedir. Stratejik gelişim planlarında vergilerden elde edilecek gelire bağlı olarak turizmin yerel düzeyde geliştirilmesi ve yerel yönetimlerin yerel halk ve turist için yaşam kalitesini artıracak kısa orta ve uzun vadeli eylem planları hayata geçirilmelidir. Turist deneyimlerini takip edecek araştırmalar, düzenli istatistikî veriler ve geri bildirimler sağlayacak akıllı şehir sistemleri ve şebekeler bu kapsamda geliştirilebilir. Turistin ve yerel toplumun süreci kolaylıkla takip edebilmesi için sosyal medya da dahil olmak üzere geniş bir mecranın bu amaçla kullanılması, harcamaların amacına uygun yapıp yapılmadığının denetlenmesini de sağlayacaktır.

Türkiye’de mevzuat, yerel yönetimlere yasal olarak herhangi bir konuda vergi koyma yetkisi vermemektedir, ancak yapılacak yeni bir yasal düzenlemeyle bu vergilerin tanımlanması ve belediyelere ilgili yetkilerin devredilmesi mümkün olabilir. Yerinden yönetim ilkesinin bir gereği ve turizmin destinasyon temelinde gerçekleşen bir olay olması nedeniyle gelirin inisiyatifin yerel yönetim organlarına aktarılması oldukça önemlidir. Bu yetkinin yerel yönetimlere tanınması, destinasyon temelinde düzenlemeler yapmak açısından da daha ideal bir çözüm olarak görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Şehir vergisinin, alanyazındaki tartışmalar ve uluslararası turizmdeki gelişmeler dikkate alındığında, bilinirliği artan bir kavram ve yaygın bir uygulama haline geldiği görülmektedir. Yapılan alan-ülke araştırmalarında, şehir vergisinin

turizm talebi üzerinde olumsuz etkisinin nadir görüldüğü ve buna karşın dünyadaki birçok ülkeye uygulamasında bu vergilerin turist tarafından kabul edilebilir karşılandığı tespit edilmiştir. Yerel ihtiyaçlar ve ekonomik amaçlarla ortaya çıkan vergilendirmenin daha sürdürülebilir çevre, doğa, toplum gibi hedeflerle daha işlevsel ve geniş bir gerekçe alanına ulaştığı söylenebilir. Bu sürecin bilinçli, sorumlu, duyarlı turist tutum ve davranışlarına paralel olarak daha da gelişeceği tahmin edilebilir.

Şehir vergisinin Türkiye için işlevsel ve çok yönlü katkı sağlayacak yeni bir vergi olacağı öngörülmektedir. Şehir vergisi, kamusal alanda önemli bir yeni gelir özelliğine ve yerel yönetimler için ciddi bir finansman potansiyeline sahiptir. Finansmanın, yerel yönetim birimleri olan ve ölçek olarak destinasyonları kapsayan belediyeler için ve onlar tarafından kullanılması, verginin işlevselliğini artıracaktır. Turizm destinasyonlarını yöneten yerel yönetimlerin, turizmi geliştirecek olanakların artırılması kritiktir. Yaratılacak fonla, öncelikle daha sürdürülebilir destinasyonların yaratılması, turizme doğrudan-dolaylı etkisi olan tüm alt-üst yapı olanaklarının kalitesinin artırılmasına yönelik ihtiyaçların karşılanması gerektiği açıktır.

Şehir vergisinin Türkiye’de uygulanabilirliği, öncelikle ulusal düzeyde kanun koyucu organlar tarafından yapılacak yasal düzenlemelere bağlıdır ancak verginin amacının, destinasyonu ziyaret eden turist ve orada ikamet eden yerel toplumun yaşam standartları, deneyimleri ve çevresel kalitesinin artırılması, sosyal ve kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi temelinde kurgulanması önemlidir. Sürdürülebilirlik perspektifinin turizm ve diğer sektörler üzerindeki somut olumlu etkisi dikkate alındığında, şehir vergisinin meşruiyeti için bu bağlamın yaratılması oldukça önemlidir.

Türkiye’nin uluslararası turizmde rekabet ettiği birçok ülkenin bu vergiyi halihazırda uyguluyor olmasına rağmen, rekabet ve turizm talebi üzerindeki kısa-orta vadeli etkileri izlemek ve buna göre yeni bir yol haritası çıkarmak için uygulamaya geçtikten sonraki ilk süreç önemlidir. Bilinçli ya da çevresel hassasiyetleri yüksek

sorumlu turist açısından, şehir vergisine tepkinin olumlu olması beklenebilir. Ancak uygulama sürecinde bunun araştırılması ve turist tutumlarının analiz edilmesi gereklidir. Ayrıca vergi gelirinin etkinliği açısından hem sektörün hem de yerel yönetimlerin bu süreçten nasıl etkilendiği, verginin katkısı ve amaçlara uygun faaliyetler için kullanılıp kullanılmadığı bu süreçte analiz edilmelidir.

Çalışmada teorik bir çerçevede kuramsal bir analiz ve Türkiye üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırma, şehir vergisi açısından neden, niçin ve nasıl sorularına cevap aramış, bunları tartışmış ve öneriler geliştirmiştir. Bu çalışmanın farklı çalışmalarla ve uygulamalı araştırmalarla desteklenmesi gerektiği açıktır. Gelecekteki çalışmaların alan araştırmaları ve paydaşların olası tepkilerini ölçmeye yönelik, özellikle konaklama işletmeleri ile yerli-yabancı turist odaklı çalışmalar olması, bilimsel alanı genişletecek ve alanyazına katkı sağlayacaktır. Ayrıca uygulamadaki senaryoları daha belirgin hale getirebilecektir. Bilimsel gelişme açısından farklı çalışmalara ve tartışma alanına katkı sağlama ümidi, araştırmanın en önemli misyonudur.

KAYNAKÇA

- Aguilo, E., Riera, A. ve Rossello, J. (2005). The Short-Term Price Effect of a Tourist Tax through a Dynamic Demand Model: The Case of Belaric Islands, *Tourism Management*, 26: 359-365.
- Arbel, A. ve Ravid, S. (1983). An Industry Energy Price Impact Model: The Case of the Hotel Industry, *Applied Economics*, 15: 705-714.
- Arguea, M.N. ve Hawkins, R.R. (2015). The rate Elasticity of Florida Tourist Development Taxes, *Applied Economics*, 47 (18): 1823-1832.
- Bender, S. (2007). Lodging Taxation in the United States: A Qualitative Review. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Purdue Üniversitesi, Birleşik Devletler, (Yayın No. AAT 1475970).
- Brida, A. ve Pereyra, J.S. (2007). The Effects on Environmental Investment of Changes in Tourism Demand, *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2 (2): 129-140.
- Bonham, C., Im, E. ve Mak, J. (1992). The Impact of The Hotel Room Occupancy Tax: An Interrupted Time Series Approach, *National Tax Journal*, 45 (4): 433-441.
- Bonham, C. ve Gangnes, B. (1996). Intervention Analysis with Co-Integrated Time Series: The Case of the Hawaii Hotel Room Tax, *Applied Economics*, 28: 1281-1293.

- Bozdoğanoglu, B. (2013). Konaklama Vergisi Uygulaması ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, *Maliye Dergisi*, 164, Ocak-Haziran: 131-149.
- Canina, L.-Carvell, S., A. (2005). Lodging Demand for Urban Hotels in Major Metropolitan Markets, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (4): 291-311.
- Combs, P. ve Elledge, B. (1979). Effects of a Room Tax On Resort Hotels / Motels, *National Tax Journal*, 32 (2): 201-207.
- Cural, M. ve Çevik, K.N. (2015). Ekonomik Kalkınmanın Vergi Yapısı Üzerindeki Etkisi: 1924-2013 Dönemi Türkiye Örneği, *Amme İdaresi Dergisi*, 48 (3): 127-158.
- Damonte, L.T. ; Domke-Damonte, D.J. ve Morse, P.S. (1998). The Case for Using Destination-Level Price Elasticity Of Demand For Lodging Services, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 3 (1): 19-29.
- European Tour Operators Association, Policy Areas, Tourist Taxes, <http://www.etoa.org/policyareas/touristtaxes/france>, Erişim tarihi: 12 Haziran 2016.
- European Tour Operators Association, Policy Areas, Tourist Taxes, <http://www.etoa.org/policyareas/touristtaxes/belgium>, Erişim tarihi: 12 Haziran 2016.
- Feld, P., L. ve Tyran, J., R. (2002). Tax Evasion and Voting: An Experimental Analysis, *Kyklos*, 55 (2): 197-222.
- Fick, G. ve Ritchie, J., R. (1991). Measuring Services Quality in the Travel and Tourist Industry, *Journal of Travel Research*, 30 (2): 2-9.
- Ford, R., C. ve Peeper, W., C. (2007). The Past as Prologue: Predicting the Future of the Convention And Visitor Bureau Industry On The Basis Of Its History, *Tourism Management*, 28 (4): 1104-1114.
- Fujii, E., Khaled, M. ve Mak, J. (1985). The Exportability of Hotel Occupancy and Other Tourist Taxes, *National Tax Journal*, 38: 169-177.
- González, M. ve León, C. (2001). The Adoption of Environmental Innovations in the Hotel Industry of Gran Canaria, *Tourism Economics*, 7 (2): 177-190.
- Gürel, Ç. (2014). Sustaining Tourism Development Through City Tax: The Case of Istanbul, *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 11 (1-2): 26-41.
- Gooroochurn, N. ve Sinclair, M. (2003). *The Welfare Effects of Tourism Taxation*. Discussion Paper Series 2003/2, Christie De Haan Tourism and Travel Research Institute. University of Nottingham.
- Gooroochurn, N. ve Sinclair, M. (2005). Economics of Tourism Taxation Evidence from Mauritius, *Annals of Tourism Research*, 32 (2): 478-498.
- Hiemstra, S. ve Ismail, J. (1992a). Analysis of Room Taxes Levied On the Lodging Industry, *Journal of Travel Research*, 31: 42-49.
- Hiemstra, S., ve Ismail, J. (1992b). Occupancy Taxes: No Free Lunch, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33 (5): 84-89.
- Hiemstra, S. ve Ismail, J. A. (1993). Incidence of the Impacts of Room Taxes on the Lodging Industry, *Journal of Travel Research*, 31 (4): 22-26.
- <http://www.comune.rome.it>, Erişim tarihi: 28 Eylül 2016.
- Hamburg Tourismus, <http://www.hamburg-travel.com/service/culture-and-tourism-tax/>, Erişim tarihi: 20 Ekim 2016.
- Hughes, H. (1981). A Tourism Tax: The Case For and Against, *International Journal of Tourism Management*, 2 (3): 75-79.
- Hughes, H. (1984). Room Taxes—A Response, *Tourism Management*, Mart: 75-76.
- Im, Ericve Sakai, M. (1996). A Note on the Effect of Changes In Ad Valorem Tax Rates On Net Revenue Of Firms: An Application To The Hotel Room Tax, *Public Finance Quarterly*, 24 (3): 397-403.
- Kircheler, E., Hoelzl, E. ve Wahl, I. (2008). Enforced versus Voluntary Tax Compliance: The Slippery Slope, Framework, *Journal of Economic Psychology*, 29 (2): 210-225.
- Knipe, R., T. (2011). Bed Taxes And Local Tourism Development: An Outline And Annotated Bibliography, <https://tomknipe.files.wordpress.com/2010/07/bed-taxes-and-local-tourism-development.pdf>, Erişim tarihi: 25 Eylül 2016.
- Lee, K. S. (2014). Revisiting the Impact of Bed Tax with Spatial Panel Approach, *International Journal of Hospitality Management*, 41: 49-55.
- Mak, J. ve Nishimura, E. (1979). The Economics Of a Hotel Room Tax, *Journal of Travel Research*, 18: 2-6.
- Mak, J. (1988). Taxing Hotel Room Rentals in The U.S., *Journal of Travel Research*, 27: 10-15.
- Official Journal of European Union, 2011, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=OJ:L:2011:077:TOC>, Erişim tarihi: 15 Ağustos 2016.
- Pintassilgo, P. ve Silva, J. (2007). The Tragedy of Commons" In the Tourism Accommodation Industry, *Tourism Economics*, 13 (2): 209-224.
- Pindyck, R.S. ve Rubinfeld, D.L. (1992). *Micro Economics*. New York, NY: Macmillan Yayınları.
- Sakai, M. (1985). A Micro-Analysis Of Demand For Travel Goods: An Application To The Business Traveler. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Typescript. Thesis (Ph. D.)-University of Hawaii at Manoa, 1985. Bibliography: leaves 81-87.
- Scott, D., Peeters, P. ve Gosling, S. (2010). Can Tourism Deliver Its Aspirational Greenhouse Gas Emission Reduction Targets?, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (3): 393-408.
- Serim, N. (2014). Gönüllü Vergi Uyumunu Arttırmada Kamu Otoritesinin Düzenleyici Rolünün Ve Mükellef Çevresinin Önemi: Sıralı Probit Model Yaklaşımı, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17 (1): 141-156.
- Spengler, J. ve Uysal, M. (1989). Considerations in the Hotel Taxation Process, *International Journal of Hospitality Management*, 8 (4): 309-316.
- Tosun, C. (2001). Challenges of Sustainable Tourism Development in The Developing World: The Case Of Turkey, *Tourism Management*, 22 (3): 289-303.
- National Tax Agency of Japan, http://www.nta.go.jp/foreign_language/corporation/index.htm, Erişim tarihi: 20 Eylül 2016.
- The New York State Department of Tax Nation and Finance, Hotel Room Occupancy Tax, https://www.tax.ny.gov/pubs_and_bulls/tg_bulletins/st/hotel_and_motel_occupancy.htm, Erişim tarihi: 22 Eylül 2016.
- TUROB STR Global 2017 Ülke Performans Raporu, <http://www.turob.com/haber.aspx?id=24192>, Erişim tarihi: 25 Mayıs 2017.

- Twining-Ward, L. ve Butler, R. (2002). Implementing Sustainable Tourism Development on a Small Island: Development and the Use of Sustainable Tourism Development Indicators in Samoa, *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (5): 363-387.
- USA Tax Report (2014). HVS Convention Sports Entertainment <https://www.hvs.com/article/7071/2014-hvs-lodging-tax-report-usa/>, Erişim tarihi: 12 Ekim 2015.
- Valle, O.P., Pintassilgo, P., Matias, A. ve André, F. (2012). Tourist Attitudes Towards An Accommodation Tax Earmarked For Environmental Protection: A Survey in the Algarve, *Tourism Management*, 33: 1408-1416.
- Weston, R. (1983). The Ubiquity of Room Taxes, *Tourism Management*, 4 (3): 194-198.
- Winkelblech, P., Clower, T. ve Weinstein, B. (1998). Local Hotel Occupancy Tax Revenues Allocation Sand Conventions and Visitors Bureaus Funding and Spending: A Comparative Analysis, University of North Texas Center for Economic Development and Research, Denton.
- The Town Of Greece, <https://clients.comcate.com/faq.php?id=231&rtopic=3839>, Erişim tarihi: 8 Ekim 2016.
- Tourism Review, <http://www.tourism-review.com/lisbon-new-tourist-tax-starting-in-2015-news4331>, Erişim tarihi: 10 Ekim 2016.
- Yakar, S.ve Budak, T. (2013). Bakanlar Kurulunun Vergi Oranını Belirleme Yetkisinin Alt Sınırı: "Sıfır Oran"ın Anlamı, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (1): 399-426.

Yasa ve Yönetmelikler

- 5216 Sayılı Büyükşehir Kanunu.
- 5393 Sayılı Belediye Kanunu.
- 5779 Sayılı İl Özel İdarelerine ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun.
- 6360 Sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun.
- 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 37. maddesinin (A) bendinin (2) numaralı alt bendi hükmü uyarınca hazırlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik.



Mustafa DOĞAN

Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nden 2003 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından (2010), doktora derecesini de Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından aldı (2014). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2009). Ardından 2014 yılında Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'na Yardımcı Doçent olarak atandı. Halen Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Yardımcı Doçent olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir destinasyon yönetimi, ekomüze ve ekoköy gibi yerleşim alanları ve turizm ilişkisi üzerinedir.

Mükemmeliyetçiliğin İş Performansına Etkileri: Aşçılar Üzerine Bir Araştırma¹

Effects of Perfectionism to Job Performance: An Investigation on Chefs

Serdar EREN*, Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN**

* Dr., Bağımsız Araştırmacı, Çamlıca Mahallesi, Ulusal Egemenlik Bulvarı 164/6, PK 26180, Eskişehir.

E-posta: cheferdar75@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9733-2308

** Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, PK 35370, Tınaztepe Yerleşkesi, İzmir.

E-posta: ebru.gunlu@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2599-0197

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 13 Mart 2017

Düzeltilme: 9 Haziran 2017

Düzeltilme: 29 Haziran 2017

Kabul: 7 Temmuz 2017

Anahtar sözcükler:

Mükemmeliyetçilik, İş performansı, Aşçılar.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 13 March 2017

Resubmitted: 9 June 2017

Resubmitted: 29 June 2017

Accepted: 7 July 2017

Key words: Perfectionism, Job performance, Chefs.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı uluslararası zincir otellerde çalışan şefler örnekleminde, mükemmeliyetçilik ve iş performansı arasındaki etkileşimi incelemektir. Şeflerin iş yaşamında kendilerini yeterli görmeme, kendilerine yüksek standartlar belirleme, başkalarına yönelik ve başkalarınca dayatılan mükemmeliyetçi tutumlarının bireysel iş performanslarını etkileyen faktörler olduğu varsayılmıştır. Anket, amaca göre örnekleme yöntemi uygulanarak, İstanbul bölgesi zincir otellerinde çalışan aşçılara, profesyonel sektör toplantıları esnasında uygulanmıştır. Bu kapsamda çalışmada, tanımlayıcı istatistik tekniklerinden açıklayıcı faktör analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçları, şeflerde mükemmeliyetçilik ile iş performansı etkileşiminin sınırlı olduğunu göstermektedir. Bulgular ışığında otel insan kaynakları yöneticilerine ve akademisyenlere önerilerde bulunulmuştur.

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the interaction between perfectionism and job performance in the sample of chefs working at international chain hotels. It's assumed that chefs perceive themselves as inadequate at work, set very high standards, have perfectionistic attitudes towards others and the same attitudes imposed on them by others are the factors affecting their job performance. By using the purposive sampling method, the questionnaire was applied to the chefs working at international chain hotels during the professional meetings in Istanbul Region. In this context at the study descriptive statistical techniques such as; explanatory factor analysis and regression analysis are used. Results of the analysis show that the interaction between perfectionism and job performance in chefs is limited. Suggestions were given to the hotel human resources managers and academicians in accordance with research findings.

GİRİŞ

Yiyecek ve içecek işletmelerinin hızlı ve gelişen yapısı içinde çalışanların kişilik özellikleri ön plana çıkmakta ve çalışanların içinde buldukları mesleğin doğasına uyum sağlamaları ölçüsünde başarı yakalanmaktadır. Bu noktada insan kaynakları yöneticileri örgütün amacına ve başarısına ulaşmak amacıyla; iş görenlerin seçimin-

de ve değerlendirilmesinde kişilik özellikleriyle (girdi), iş performansları (çıkıtı) arasındaki ilişkileri anlamak ve yorumlamak yönünde çalışmalar yapmaktadırlar.

İş yaşamında var olan ve durumsal uyarıcı niteliği taşıyan sosyal düzeydeki, görev düzeyindeki ve örgüt düzeyindeki beklentiler, ilişkili oldukları belirli kişilik özellikleri üzerinde etki yaratırlar. Bu etkileşimin sonucunda çalışanlar belirli davranışlar gösterirler (Tett ve Burnet 2003, Yelboğa 2006). Dolayısıyla, iş yaşamının gerekleri olan standart hale getirilmiş kalite sistemleri, mükemmellik modelleri, başarı ödüllendirmeleri

¹ Bu makale, Serdar Eren'in Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılan "Mükemmeliyetçiliğin İşgören Performansına Etkisi: İstanbul İli Uluslararası Zincir Otel İşletmelerinde Çalışan Orta Kademe Mutfak Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.

gibi faktörler kişilik özellikleri ve beklentiler ile birleştğinde davranış yönlü çıktılara ulaşılmaktadır. Bu çıktılar kişiyi başarı ve motivasyon anlamında üst seviyelere çıkarabildiği gibi stres, tükenmişlik ve depresyon sebebiyle, iş içinde ve iş dışında bulunan kişilerle çatışma yönlü davranışlara da itebilir. Bu davranışlar çalışanların işten soğumaları ya da ayrılmaları gibi istenmeyen durumlara yol açabilmektedir. Aşçılık mesleğinin doğası gereği tutkulu ve enerjik olması, mesleğin değerlerinin mükemmel yeteneklerle ölçülmesi gibi etkenler, çatışma ve işten ayrılma gibi durumların sıklıkla yaşanmasına yol açmaktadır (Zetie vd. 1994; Robinson ve Barron 2007). Son yıllarda ünlü şeflerin artan intihar olayları da kişilik özellikleri ve iş performansı etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Eburne 2010; Steinberger 2016). Bu durum mükemmeliyetçilik gibi farklı kişilik özelliklerinin iş yaşamı ile ilişkilerini araştırmayı gerekli kılmaktadır.

Son yıllarda mükemmeliyetçiliğin çalışma yaşamında yarattığı etkilerin araştırılmasına yönelik akademik çalışmalar artmaya başlamıştır. Bu çalışmalar önceleri sanatçılar (Mor vd. 1995), ergen ve okul çağındaki gençler (Rice ve Dwello 2002; Stoeber ve Eysenck 2008) ve sporcular (Anshel ve Mansouri 2005) üzerinde yapılmış, sonrasında örgütsel davranış bilimine doğru yönelmiştir. Mükemmeliyetçiliğin iş yaşamı ve davranışlara olan etkisini araştıran Monck (2009) iş performansının alt konularından biri olan örgütsel vatandaşlık davranışı ile kuvvetli ve olumlu bir ilişki içinde olduğu sonucuna varmıştır. Hralbuik (2009) polis memurlarında mükemmeliyetçiliğin azami ve tipik performans ile ilişkilerini incelemiş ve mükemmeliyetçilerin amaç belirleme davranışlarıyla azami iş performansları arasında olumlu bir ilişki olacağını, tipik performans durumunda ise mükemmeliyetçiliğin iş performansı ile olumsuz bir ilişkide olacağını öne sürmüştür. Baker ve Newport (2003) normal dışı yönetici olarak nitelendirdikleri mükemmeliyetçiler ile birlikte çalışanların sabit stres ile baş edememeleri, fazladan izin günü istemeleri, kapasitelerini etkin kullanamamaları ve kendilerini örgütten ayırdıkları gibi olumsuz etkilere maruz kaldıklarını açıklamışlardır. Alanyazında kişilik özellikleri, iş yaşamı ve iş performansı arasında-

ki ilişkileri sorgulayan araştırmalar oldukça fazla iken onaltı faktörlü büyük kişilik envanterinin bir parçası olan mükemmeliyetçiliğin iş yaşamındaki etkilerine yönelik yapılan araştırmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Yapılan bazı araştırmalarda üniversite öğrencilerinin çalışma hayatına ilişkin yüksek mükemmeliyetçi beklentileri olduğu (Stoeber ve Stoeber 2009), işkoliklik (Stoeber vd. 2013; Tziner ve Tanami 2013), tükenmişlik (Childs ve Stoeber 2010; Li vd. 2014) gibi kavramların mükemmeliyetçilikle çok yakın ilişkili olduğu, mükemmeliyetçiliğin iş hayatında yaşanan anlaşmazlıklara karşı hoşgörüsüzlük davranışlarını tetiklediğinden dolayı düşük iş tatmini yarattığı (Fairlie ve Flett 2003; Wittenberg ve Norcross 2001), yüksek kalitede performans sağladığı durumlarda verimliliğin ve üretkenliğin düşük olduğu (Sherry vd. 2010; Stoeber ve Eysenck 2008) gibi sonuçlar ortaya konmuştur.

Bu çalışma, yönetim ve turizm işletmeciliği alanyazınlarında söz konusu değişkenlerin bir arada incelendiği çalışmaların sayısı oldukça sınırlı olması sebebiyle, mükemmeliyetçilik kavramına açıklık getirmekte ve bu çerçevede alanyazına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Turizm işletmelerinin bir meslek kolu olarak nitelendirilen aşçılık alanında mükemmeliyetçiliğin iş performansında etkili olup olmadığını anlamak ve turizm işletmeciliği ile örgütsel davranış alanlarındaki bir eksikliği sorgulamak üzere tasarlanan bu araştırmanın, uygulamada özellikle performans ölçme ve değerlendirme süreçlerinde mükemmeliyetçilik faktörünün göz önüne alınmasının önemini hatırlatır nitelikte olacağı ve örgütlere yönetsel anlamda katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

ALANYAZIN TARAMASI

Araştırmanın bu bölümünde iş performansı ve mükemmeliyetçilik değişkenlerine ilişkin alanyazın incelemesi yapılarak aralarındaki etkileşimi ortaya koyan çalışmalar irdelenmiştir. Bu çalışmalar ışığında belirlenen hipotezler bölüm sonunda aktarılmıştır.

İş Performansı

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren performans araştırmaları hem psikoloji hem de in-

san kaynakları araştırmacılarının ilgisini çekmiş, çalışanların işe alımları ve iş yerindeki çalışma hayatları boyunca değerlendirilmeleri performans konusunun önemini oldukça arttırmıştır. Bu süreçte araştırmacılar çalışmalarını değerlendiricilerin ya da denetçilerin değerlendirme esnasındaki tutumlarına (Landy ve Farr 1980) doğru yönelterek iş performansı konusundaki ilk modellerin (Campbell 1990; Borman 1990) ortaya çıkmasına zemin hazırlamışlardır. Campbell tarafından performansın belirleyicileri ile ilgili ortaya konan model, üç belirleyici faktör altında sekiz boyutludur. Bu boyutlar; işe özgü görev yetkinliği, işe özgü olmayan görev yetkinliği, yazılı ve sözlü iletişim görev yetkinliği, çaba gösterme, kişisel disiplini koruma, grup ve takım performansını iyileştirme/arttırma, gereken durumlara göre gözetim/liderlik ve yöneticilik/idareciliktir. Viswesvaran (1993) tarafından önerilen dokuz boyutlu modelin Campbell (1990) modeli ile uyumlu yanları bulunmakla beraber, organizasyonların sonuç yönlü performanslarının kalitatif ve kantitatif faktörler ile ölçülmesi gerektiğinin önemine işaret eden bir farklılığının bulunduğu söylenebilir. Viswesvaran'ın dokuz boyutu; genel iş performansı, iş performansı ve üretkenlik, çaba, iş bilgisi, kişiler arası ilişkilerde yetkinlik, idari yetkinlik, kalite, iletişim yetkinliği, liderlik ve kurallara uymadır. İş performansı alanyazınında en çok atıf yapılan sınıflandırma niteliğindeki model, Borman ve Motowidlo'nun iş performansını görev performansı ve ortamsal (kurumsal) performans olarak iki değişken ile inceledikleri modeldir (Sonntag ve Frese 2002: 6). Görev performansı kişinin, organizasyonun teknik yapısına katkıda bulunacak şekilde icra ettiği aktivitelerindeki bireysel yeterlilik anlamına gelmektedir. Bu katkı, üretim işçilerinin direkt katkıları ya da çalışanların veya müdürlerin dolaylı katkıları şeklinde ortaya çıkabilir. Ortamsal (kurumsal) performans ise organizasyonun teknik yapısına katkıda bulunmayan, ancak organizasyonun hedef ve amaçlarının takip edildiği yönetsel, sosyal ve psikolojik çevreyi destekleyen aktiviteleri anlamına gelmektedir (Borman ve Motowidlo 1993: 94).

Mükemmeliyetçilik

Günlük hayatta sıkça rastlanan "mükemmel" kelimesi toplumun en alt kesiminden en üst kesimine kadar iş hayatında başarılı ya da hayal ettikleri konumda olabilmeleri için yüksek bir değerlendirme ölçüsü sayılmaktadır. Sıklıkla kullanılan mükemmel iş, mükemmel çalışma, mükemmel oyun ve mükemmel performans betimlemeleri kişilerin, kişilik özellikleri ve davranışlarının eşsiz bir kombinasyonunu yansıtmaktadır (Borman 2007).

Mükemmeliyetçilik, kusursuzluk için çabalayan, performans için çok yüksek standartlar koyan ve her zaman bu duyguları taşıyan insanların genel davranışları olarak tanımlanmaktadır (Hill vd. 1997: 81; Flett ve Hewitt 2002: 5). Bu tanıma ek olarak mükemmeliyetçiliğin bir kişilik özelliği olduğunu ve kişilerin bu özelliklerinden doğan tüm davranışlarının sebebi olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Mükemmeliyetçi insanlar genel anlamda kusursuzluğa ulaşmaktan zevk alan, bu durumu yaşamlarının bir parçası haline getiren, her zaman reddedilmenin endişe ve korkusunu taşıyan ve bu duygusal tepkiler ile herhangi bir tehdit unsuru olduğuna inandığı durum ya da durumlar karşısında yoğun derecede heyecan ve stres ile karşı karşıya kalan kişilerdir (Habke ve Flynn 2002: 157).

Mükemmeliyetçiliğin ilk olarak Freud'un kişilik özellikleriyle ilgili çalışmalarında kullanıldığı görülmektedir. Freud, kişideki süper egonun aileden kaynakladığını ve çocukluk döneminde ailenin istekleri doğrultusunda şekillendiğini ifade etmiştir. Süper egonun kusursuz olma isteği mükemmeliyetçiliği temsil eder (Monck 2009: 6; Tuncer 2016: 14-15). Bu durum kişileri farklı alanlarda işleri kusursuz yapmaya itmesi dolayısıyla, ideal bir koca, ideal bir evlat veya hostes olmalarını gerektirir (Horney 1996: 207).

Mükemmeliyetçiliğin boyutsal tartışmaları tek boyutlu olduğunu savunan Ellis'in akılcı olmayan inançları ve normal dışı davranışları ile Burns'ün işlevsel olmayan tutumları gibi bilişsel faktörlere odaklanırken (Flett ve Hewitt 2002: 10; Ulu 2007: 15) çok boyutlu olduğunu savunanlar

mükemmeliyetçiliği bireyin kendisi ve çevresiyle alakalı bilişsel ve sosyal boyutlarını ortaya koymak için çalışmalar yapmışlardır. Hewitt ve Flett (1991a) mükemmeliyetçiliğin; kendine karşı, diğerlerine karşı ve sosyal olmak üzere üç boyutu olduğunu savunmuşlardır.

Frost vd. (1990) mükemmeliyetçiliği, hatalara karşı aşırı ilgi, yüksek kişisel standartlar, yüksek ailevi/ebeveynsel beklentiler, ailevi eleştiri algılaması, kendi hareketlerinin kalitesine karşı kuşkuculuk, düzen ve organizasyon ile ilgili tercihler olmak üzere altı boyuttan oluştuğunu öne sürmüşlerdir.

Slaney vd. (2001) ise mükemmeliyetçiliğin uyumlu ve uyumsuz olmak üzere iki kısımda incelenebilen, yüksek standartlar, düzen ve organizasyon ve çelişki olmak üzere üç temel alt ölçeği bulunan bir hibrid model olduğu görüşünde birleşmişlerdir.

Hipotezlerin Belirlenmesi

Araştırmada kullanılan ölçeğin orijinalinden farklı olan yeni bir faktöre ulaşıldığı için daha önceden belirlenen altı adet hipoteze ek olarak iki adet yeni hipotez belirlenmiştir. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere oluşturulan hipotezlerin test edilmesine yönelik olarak yapılan analiz sonuçları bulgular ve tartışma bölümünde irdelenmiştir.

Kendine yönelik mükemmeliyetçi davranışlar bireyin kendisine ait olan ulaşamayacak ve mantık dışı yüksek standartlar koyma ile kendini eleştirme olarak ortaya çıkar (Hewitt ve Flett 1991b). Bu durum kişinin görev performansını olumlu ya da olumsuz bir biçimde etkileyebilmektedir. Kobori ve Tanno (2005) araştırmalarında mükemmeliyetçi bireylerin kendilerine yönelik yüksek standartlar belirlemeleri doğrultusunda görevlerinde hata yaptıkları, bu hataların düzeltilmeleri neticesinde görev performanslarında olumlu değişimler gözlemlendiğini belirtmektedirler. Stoeber ve Childs (2010) başkalarına yönelik mükemmeliyetçiliğin bireylerin sorumlulukları ve işe özgü yeterlilikleriyle yakından ilgili olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu yeterlilikler iş performansının, çalışan moralinin bozulması gibi etkileriyle bilinen tükenmişlik ve stres gibi

faktörlerin de devreye girmesini tetiklemektedir (Taris vd. 2010). Çalışanların başkaları tarafından değerlendirilmeleri, eleştirilmeleri ya da takdir edilmeleri gibi örgüt için davranışların sebepleri arasında çalışanların arasındaki rekabet, birbirlerine katlanamamaları ve diğer bireylere odaklı suçlamalarda bulunmaları gibi sebepler bulunmaktadır (Flett vd. 1994). Bununla birlikte çalışanların başkalarınınca belirlenen mükemmeliyetçilik özellikleri karşılıklı ilişkilerde kontrollü ve sorumlu davranışlar sergileme eğilimleri şeklinde de ortaya çıkmaktadır. Bu durum çalışanların birbirlerine doğrudan ve sert bir biçimde hitap etmeleri ya da birbirleriyle hiç konuşmama-ları şeklinde sonuçlar yaratmaktadır (Habke ve Flynn 2002: 164).

Rice vd. (2005) bireyin başkalarına karşı ve başkalarının bireye karşı mükemmeliyetçi beklentileri, bireysel değeri ve işe karşı hevesi konu eden performans değerlemeleri ile ölçülebileceğini ifade etmektedirler. Mükemmeliyetçi birey, çevresinde bağlılık yaşadığı bireylere yine kendisinin belirlediği olağandışı yüksek standartlar ya da atıflar oluşturabilmektedir. Bu standartlar yerine getirilmediğinde sosyal eleştiri ve kınama gibi durumlarla karşı karşıya kalabilir (Dunkley vd. 2003). Alanyazın taraması sonucunda oluşturulan hipotezler Tablo 1'de gösterilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada iki farklı ölçek ile çalışanların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorulardan oluşan bir form kullanılmıştır. Orijinali Hewitt ve Flett (1991a) tarafından geliştirilen, çok boyutlu mükemmeliyetçilik ölçeğinin (Multi-dimensional Perfectionism Scale) Oral (1999) tarafından Türkçeye uyarlanmış biçimi kullanılmıştır. Bireysel iş performans ölçeğinin hazırlanmasında Borman ve Motowidlo (1993) tarafından ortaya atılan görev performansı ve ortamsal (kurumsal) performans modeli ile Viswesvaran (1993) tarafından geliştirilen dokuz boyutlu performans modeli, 180 derece performans değerlendirme sistemi uygulanarak, otel işletmelerinde de sıklıkla kullanılan formata benzer şekilde İngilizce karşılıklarıyla birlikte hazırlanmıştır. İş görenlerin demografik özelliklerinin araştır-

Tablo 1. Hipotezler Tablosu

<i>Hipotez 1:</i> Çalışanların kendine yönelik mükemmeliyetçilik özelliklerinin görev performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 2:</i> Çalışanların kendine yönelik mükemmeliyetçilik özelliklerinin ortamsal (kurumsal) performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 3:</i> Çalışanların başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik özelliklerinin görev performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 4:</i> Çalışanların başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik özelliklerinin ortamsal (kurumsal) performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 5:</i> Çalışanların başkalarının belirlenen mükemmeliyetçilik özelliklerinin görev performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 6:</i> Çalışanların başkalarının belirlenen mükemmeliyetçilik özelliklerinin ortamsal (kurumsal) performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 7:</i> Çalışanların Mükemmeliyetçi Beklentiler özelliklerinin görev performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
<i>Hipotez 8:</i> Çalışanların Mükemmeliyetçi Beklentiler özelliklerinin ortamsal (kurumsal) performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

ma konusuna nasıl etki edeceği ve ne derecede önemli olacağını sınamak amacıyla hazırlanan kişisel bilgi formunda sekiz adet soru sorulmuştur.

Anket yoluyla toplanan bilgilerin analizinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 19.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Veriler, tanımlayıcı ve çıkarımsal istatistik bazında ele alınmış, faktör analizi, T-testi, güvenilirlik analizi, varyans analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile test edilmiştir. Araştırmanın örneklem grubunun belirlenmesinde öncelikle alan yazındaki çalışmalar incelenmiştir. Himmetoğlu ve Tural'ın (1990) İzmir bölgesinde yaptıkları çalışmanın verilerine göre bir oda için düşen personel sayısı; üç yıldızlı otellerde 0,58, dört yıldızlı otellerde 0,77 ve beş yıldızlı otellerde ise 1,05 olarak verilmiştir. Antalya Bölgesinde bulunan 106 otel örgütünde yapılan başka bir araştırmanın sonuçlarında otellerin bölümleri ve bu bölümlerde çalışan personelin toplam personele oranları yüzdeler halinde verilmiştir. Buna göre yiyecek ve içecek çalışanlarının tüm bölümler içindeki yerinin %35-%45 arasında olduğu ortaya konmuştur (Aktaş ve Boyacı 1995). Araştırmanın evrenini belirlemek üzere İstanbul bölgesinde bulunan bazı dört ve beş yıldızlı otellerin yöneticileriyle yapılan görüşmeler neticesinde personelin departmanlara göre dağılımları ve her departmanda çalışan yönetici aşçı sayıları belirlenmiş, ortaya çıkan rakamlar toplam oda sayısına bölünerek orta kademe yönetici aşçı sayıları beş yıldızlı, dört yıldızlı ve üç yıldızlı oteller bazında oran-

lar yardımı ile tespit edilmiştir. Bu belirleme çalışması neticesinde beş yıldızlı otellerde 0,07 (748 aşçı), dört yıldızlı otellerde 0,05 (206 aşçı), üç yıldızlı otelde ise 0,035 (16 aşçı) olmak üzere toplam 970 kişi araştırmanın evrenini oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anketler hazırlandıktan ve konu ile ilgili uzman öğretim üyelerinin görüşleri sistematik olarak alındıktan sonra Eylül 2011 - Ocak 2012 tarihleri arasında gerek otel işletmelerinde gerekse aşçılık ve mutfak alanlarında İstanbul bölgesinde düzenlenen eğitim seminerlerinde uygulanması uygun görülmüştür. Uygulama sonunda 320 adet anket elde edilmiştir. Toplanan anketler araştırma evreninin % 30'unu temsil etmektedir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE TARTIŞMA

Araştırmaya 320 kişi katılmıştır. Çalışanların dörtte biri kadındır (%25) ve tüm çalışanların yarısından fazlası evlidir. Ankete katılanların büyük bir kısmının 22-42 yaş arası genç ve orta yaşta (%83,8) aşçılar oldukları görülmektedir. Çalışanların yarısından fazlası (%64) 10 yıldan daha az bir süredir buldukları işletmede çalışmaktadırlar ki bu durum işletmelerde iş gören devrinin yüksek olmasının bir göstergesidir. Çalışanların %63'ü lise ve daha düşük seviyede eğitim almıştır. Katılımcıların demografik bulguları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Güvenirlilik ve Geçerlilik

Verilerin faktör analizine uygunluğunda KMO örneklem yeterlilik değeri 0,849 olup, Bartlett kü-

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Kadın	81	25,3
Erkek	239	74,7
<i>Yaş Dağılımı</i>		
22-28 Arası	63	19,7
29-35 Arası	117	36,6
36-42 Arası	88	27,5
43-49 Arası	25	7,8
50 ve Üzeri	24	7,5
<i>Eğitim Durumu</i>		
İlköğretim	86	26,9
Lise	113	35,3
Ön-Lisans	81	25,3
Lisans ve üstü	40	12,5
<i>Medeni Durum</i>		
Bekâr	115	35,9
Evli	205	64,1
<i>İş Yerindeki Ünvanı</i>		
Şef Yardımcısı	94	29,4
Kısım Şefi	111	34,7
Kısım Şefi yardımcısı	97	30,3
Diğer	18	5,6
<i>Meslek çalışma Süresi</i>		
1-5 Yıl	24	7,5
6-10 Yıl	74	23,1
11-15 Yıl	103	32,2
16-20 Yıl	52	16,3
21 Yıl ve üzeri	67	20,9
<i>İşletmede Çalışma Süresi</i>		
Bir Yıldan Az	57	17,8
1-5 Yıl	107	33,4
6-10 Yıl	98	30,6
11 Yıl ve üzeri	58	18,1
<i>Meslek Kararı</i>		
Kendi Kararım	251	78,4
Ailemin Kararı	69	21,6

resellik testi sonuçları da anlamlı çıkmıştır. Her iki test sonucuna bakıldığında Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği'ne ilişkin verilere faktör analizi yapılmasının uygun olacağına karar verilmiştir.

Yapılan faktör analizi sonucunda anti-imaj değerleri incelenmiş, 0,50'nin altında kalan sorular teker teker ölçek dışı bırakılarak her defasında faktör analizi tekrarlanmıştır. Soruların ölçekten atılması ve yapılan analizler sonucunda Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği'ne ilişkin özde-

ğerleri bir ve üzerinde olan dört faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Ölçeğin uygulanmasından elde edilen veriler ile ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi amacıyla yapılan faktör analizinde birbirinden bağımsız dört faktör ile ölçekten elde edilen verilerde gözlenen değişimin %64,373'ünün açıklanması mümkün olmuştur.

Orijinal ölçekte Hewitt ve Flett (1991a) ve Türkçeye uyarlama çalışmasında (Oral 1999) üç faktörlü çözüm kullanılmış olmasına karşın araştırmada dört faktörlü bir sonuca ulaşılmıştır. Bununla birlikte alanyazındaki çalışmalar incelendiğinde, başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik değişkeni farklı isimler altında kullanılmış ya da yeni değişkenler ile ifade edilerek farklı faktörler geliştirilmiştir (Ashby ve Kottman 1996). Enns ve Cox (2002) ölçekteki ifadelerin daha genellebilir olmaları için azaltılması gerektiğini savunarak, ölçeğin faktör sayısının da arttırılabileceğini savunmuştur. Benzer bir sonuçla Selışık (2003) çalışmasında ölçek maddelerinden sekiz tanesini çıkararak dördüncü bir faktör bulmuş ve çalışmasında kullanmıştır. Çalışmada ortaya çıkan bu yeni faktör "Mükemmeliyetçi Beklentiler" olarak adlandırılmış ve oluşturulan yeni hipotezler de çalışmaya dâhil edilmiştir. Tablo 3'te Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analiz sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 4'te Bireysel Performans Ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analiz sonuçları bulunmaktadır. KMO örneklem yeterlilik değeri ve Bartlett küresellik testi sonucuna bakıldığında Bireysel Performans Değerlendirme Ölçeğine ilişkin verilere faktör analizi yapılmasının uygun olacağına karar verilmiştir. Bireysel performans değerlendirme ölçeğine ilişkin özdeğerleri bir ve üzerinde olan iki faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Faktörlerin güvenilirlik analizleri yapıldığında her iki faktörün de %70 güvenilirlik düzeyinin üstünde olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen iki faktöre ilişkin toplam açıklanan varyans %62,262 olarak bulunmuştur. Ortaya çıkan bu sonuçlara göre tüm ifadelerin faktör yüklerinin 0,50 üzerinde olması maddelerin içinde bulunduğu yapı ile uyum sağladığını göstermektedir.

Tablo 3. Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Faktörler	Faktör Ağırlıkları	Açıklanan Varyans	Güvenilirlik
<i>Mükemmeliyetçi Beklentiler</i>		22,344	,917
M16.	,863		
M27.	,845		
M7.	,832		
M29.	,822		
M45.	,745		
M43.	,735		
M26.	,704		
<i>Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik</i>		16,958	,863
M6.	,829		
M42.	,804		
M28.	,786		
M14.	,756		
M15.	,730		
M1.	,686		
<i>Başkalarına Yönelik Mükemmeliyetçilik</i>		12,901	,769
M19.	,769		
M4.	,760		
M24.	,735		
M2.	,690		
M38.	,642		
<i>Başkalarının Belirlenen Mükemmeliyetçilik</i>		12,170	,794
M44.	,788		
M30.	,780		
M21.	,665		
M9.	,642		

Not: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği=,849 Bartlett Testi Anlamlılığı= $p < ,000$ (Ki-kare değeri=3779,381, Serbestlik Derecesi(df)=231).

Regresyon Analizi ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Görev performansı bağımlı değişkeni ile mükemmeliyetçilik faktörleri arasındaki ilişkinin

tespitine yönelik olarak yapılan regresyon analiz sonuçlarında R2 değerinin ,156 olarak hesaplandığı ve görev performansını %15,6 oranında açıkladığı görülmektedir. Varyans analizi tablosunda ise anlamlılık değeri 0,001 çıktığından dolayı regresyon sonuçları anlamlıdır. Görev performansı ile mükemmeliyetçilik faktörleri arasındaki regresyon sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan faktörlerden mükemmeliyetçi beklentiler faktörü ve başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik faktörleri anlamlılık değeri 0,05'ten küçük çıktığından dolayı, görev performansı isimli bağımlı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçla dördüncü hipotez kabul edilmiştir.

Kurumsal (ortamsal) performans bağımlı değişkeni ile mükemmeliyetçilik faktörleri arasındaki ilişkinin tespitine yönelik olarak yapılan regresyon analiz sonuçlarında R2 kurumsal (ortamsal) performansı %31,9 oranında açıklanmaktadır. Varyans analizi tablosunda ise anlamlılık değeri 0,001 olduğundan dolayı regresyon sonuçları anlamlıdır. Kurumsal Performans ile Mükemmeliyetçilik faktörleri arasındaki regresyon sonuçları Tablo 6'da verilmektedir.

Sosyal bilimler alanında araştırma yapan bazı akademisyenler, çalışmanın verilerinin analizinden sonra ortaya çıkan regresyon testlerindeki R2 değerlerinin düşük olmasını modeldeki bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıkla-

Tablo 4. İş Performansı Değerlendirme Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Faktörün Adı	Faktör Ağırlıkları	Açıklanan Varyans	Güvenilirlik
<i>Görev Performansı Faktörü</i>		% 26,298	,730
Üretkenlik (Productivity)	,811		
Çaba (Effort)	,723		
İş Bilgisi (Job Knowledge)	,673		
Kalite (Quality)	,586		
<i>Kurumsal (Ortamsal) Performans Faktörü</i>		% 35,964	,860
İletişim Yetkinliği (Communication Competence)	,882		
Kişiler Arası İlişkilerde Yetkinlik (Interpersonal Competence)	,817		
Liderlik (Leadership)	,773		
İdari Yetkinlik (Administrative Competence)	,737		
<i>Kurallara Uyuma ve Otoritenin Kabulü</i> (Compliance and Acceptance of Authority)	,595		

Not: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği=,889 Bartlett Testi Anlamlılığı= $p < ,000$ (Ki-kare değeri=1820,274, Serbestlik Derecesi(df)= 45).

Tablo 5. Görev Performansı Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Beta	T	p	R ²	Anlamlılık
Sabit	-2,513E-016	,000	1,000		
Mükemmeliyetçi Beklentiler	-,265	5,124	,000***		
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	,046	,882	,378		
Başkalarına Yönelik Mükemmeliyetçilik	,287	5,538	,000***	,156	F= 14,549
Başkalarınca Belirlenen Mükemmeliyetçilik	,036	,700	,484		p=,000

***: p<0,05

maya yetmediği ve modelin uyum iyiliğinin düşük olduğu şeklinde yorumlamaktadırlar. Bu değerlerin düşük olmasına rağmen yine de çalışmanın sonuçlarının kabul edilebilmesini sağlayan başlıca sebepler;

a) Çalışmanın konusunun Psikoloji ve Psikopatoloji gibi tıp bilimlerine yakın olan bir kaynaktan gelmesi ve tıp bilimlerinde R2 değerlerinin düşük olsa bile, t değerlerinin ikinin üstünde olması durumunda çıkan sonucun anlamlı olarak kabul edilmesi (Colton ve Bower 2002).

b) Çalışmanın Psikoloji bilimiyle alakalı olması ve bu bilim dalındaki ölçüm problemi sebebiyle R2 değerlerinin düşük olması kabul edilebilir bir durumdur. Bireysel özellikleri ve performans etkileşimini yıllardır araştıran akademisyenler belirli bir model üzerinde anlaşmamaktadırlar. Bu anlaşmazlığın en önemli nedeni, genel kabul görmüş ilişki analizlerine dair oranların, yapılan araştırmalarda düşük çıkması (Ghiselli 1973; Reilly ve Chao 1982) şeklinde açıklanabilir.

Regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ışığında, kendine yönelik mükemmeliyetçilik, başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik, başkalarınca belirlenen mükemmeliyetçilik

ve mükemmeliyetçi beklentiler faktörlerinin kurumsal (ortamsal) performans isimli bağımlı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu, ancak bu etkinin sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. H2, H4, H6, H8 hipotezleri kabul edilmektedir. Bu sonuç daha önce belirtildiği üzere alanyazındaki bazı araştırmalar tarafından da desteklenmektedir (Anshel ve Mansouri 2005; Stoeber ve Eysenck 2008; Monck 2009).

Yazında farklı örneklemeler üzerinde yapılan çalışmalarda kendine yönelik mükemmeliyetçiliğin performansı etkilediğine dair sonuçlara ulaşılmamasına rağmen bu çalışmada aşçıların kendilerine ulaşılması güç standartlar belirlemelerinin görev performansları üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. H1 Hipotezi reddedilmiştir. Bunun sebepleri arasında; a) uluslararası otel örgütlerinde kullanılmakta olan kalite sistemlerinin aşçıbaşı ve altında çalışan orta kademe yöneticileri belirli bir standartta sınırlaması, b) yapılacak işlerin yoğunluğu ile temel performans çıktılarında biri olan kalitenin önceden belirlenen düzeyde tutulmak istenmesi ve c) çalışma performansının işverenin gözüyle "yalnızca değer verilen davranışlar" (Yelboğa 2006) olarak görülmesi sayılabilir.

Tablo 6. Kurumsal (Ortamsal) Performans Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Beta	T	p	R ²	Anlamlılık
Sabit	4,215E-017	,000	1,000		
Mükemmeliyetçi Beklentiler	,423	9,148	,000***		
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	,272	5,891	,000***	F= 38,316	
Başkalarına Yönelik Mükemmeliyetçilik	-,146	-3,166	,002***	319	p=,000
Başkalarınca Belirlenen Mükemmeliyetçilik	,230	4,986	,000*****: p<0,05		

***: p<0,05

Çalışmanın sonuçları itibarıyla mükemmeliyetçi beklentiler ve başkalarına yönelik mükemmeliyetçiliğin, görev performansına düşük bir oranda etki ettiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla H3 ve H7 kabul edilmiştir. Mutfak örgütlerinde aşçıbaşı ve ona bağlı bulunan astlar tarafından verilen emirler eksiksiz yerine getirilir, sorgulamak ya da bazı durumlarda açıklamalarda bulunmalarını istemek gibi isteklerin mesleğin görünmez ilkelerine ters düştüğü bilinmektedir (Pratten 2003: 455). Bu durum aşçılarda şiddetli geçimsizliğe, devamsızlığa ve iş bırakmaya sebep olabilir (Johns ve Menzel 1999: 104). Ancak ülkemizdeki mutfak sisteminde bu durumun çok fazla önem teşkil etmediği, bir başka anlatımla aşçıların diğer aşçıları ve üstleri sorgulamalarının iş performansına çok fazla etki etmediği görülmektedir. Aubert ve Kelsey (2003) takım çalışmasının yarattığı bireyler arası farklılıklardan doğan çatışmaların çalışanların bireysel performansına değil, takım performansına etki etmesinin esas nedeninin bireyler arasındaki güven derecesi ile ilgili olduğunu belirtmektedirler.

Çalışanların başkalarınınca belirlenen mükemmeliyetçilik özelliklerinin görev performansları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (H5 Red). Aşçıların iyi ya da kötü iş yaptıkları gerekçesiyle başkaları tarafından yapılan değerlendirmeler, mutfağın genelini ilgilendirebileceği gibi çalışılan işletmenin mutfağını genel olarak hata yapma davranışlarına ve korkusuna iteceği de unutulmamalıdır (Tziner ve Tanami 2013). Orta kademe aşçıların mükemmeliyetçi beklentileri görev düzeyindeki beklentiler, sosyal düzeydeki beklentiler ve örgüt düzeyindeki beklentiler olarak ifade edildiği için (Tett ve Burnett 2003), bu beklentilerin karşılanamaması durumunda aşçıların performansında düşüşler yaşanabilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Alanyazın incelemesi ve hipotezlerin test edilmesi sonucunda, akademik alanda yapılmış olan mükemmeliyetçilik ve iş performansı arasındaki ilişki ve etkileşimi ölçen çalışmaların sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, bu çalışmanın turizm işletmeciliği, yönetim ve örgütsel davranış alanlarında var olan boşluğun doldurulma-

sına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda evren büyüklüğü arttırılarak daha genellenebilir sonuçlar elde edilmesi sağlanabilir.

Bu çalışmanın sonucunda mükemmeliyetçiliğin iş performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu, ancak bu etkinin sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Alanyazında söz konusu etkileşimi irdeleyen çalışmaların polis memurları (Hrabluik 2009), ergen ve okul çağındaki gençler (Rice ve Dwello 2002; Stoeber ve Eysenck 2008) ve sporcular (Anshel ve Mansouri 2005) örneklem grupları üzerinde test edildiği ve bu çalışmalarda mükemmeliyetçiliğin akademik ve çalışma yaşamına yüksek oranda etki ettiği görülmektedir. Ancak sanatçılarda yapılan bir çalışmanın mükemmeliyetçiliğin iş performansına herhangi bir anlamlı etkisi olmadığı sonucu ortaya konmuştur (Mor vd. 1995: 218). Bu durum farklı mesleklerin doğası gereği ortaya çıkan, keşifçilik (yaratıcılık), güncel mesleki eğilimler, isteğe göre değiştirilebilen tat ve lezzet gibi o mesleği diğerlerinden ayıran ve performansı farklı şekillerde etkileyebilecek kriterlerin de olduğunu açıklamaktadır. Bir başka deyişle sanatçılık veya aşçılık gibi mesleklerde günlük rutin işlerde mükemmeliyetçilik etkili olabilir, ancak bu işlerin yapılması esnasında söz konusu kriterler ortaya çıktığında kişilerin mükemmeliyetçi tutumlarında azalma görülebilir. Yapılacak ileriki çalışmalarda farklı mesleklerin doğası gereği ortaya çıkan bu kriterler ile mükemmeliyetçilik ya da diğer kişilik özelliklerinin etkileşimleri araştırılmalıdır.

Çalışmanın bağımsız değişkeni olan mükemmeliyetçilik değişkenini ölçmek için kullanılan alanyazında konu ile ilgili çalışmalarda bulunan araştırmacıların geliştirdikleri farklı ölçeklerin ve farklı örneklem gruplarının kullanılması daha farklı hipotezlerin sınanmasına ve farklı bulgulara ulaşmaya yardımcı olacaktır. Ayrıca bu alanda gelecekte yapılacak çalışmalarda bireysel performanstan öte takım performansının incelenmesi yararlı olabilir.

Mükemmeliyetçilik; iyi yönetilmediği hallerde, çalışanın stres, depresyon, anksiyete gibi iş yaşamında sıklıkla rastlanan durumların tetikleyicisi olabilir. Bu durumlar sonunda kişilerin işten ay-

rılmaları, işletmeler için oldukça sağlıklı bir sonuç yaratabilir. Bu açıdan kısım şefleri ve insan kaynakları müdürleri çalışanlarını iyi gözlemlemeli ve sorunları çözmek için çalışmalar yapmalıdır.

KAYNAKÇA

- Anshel, H.M. ve Mansouri, H. (2005). Influence of Perfectionism on Motor Performance, Affect, and Causal Attributions in Response to Critical Information Feedback, *Journal of Sports Behavior*, 28: 99-124,
- Ashby, J.S. ve Kottman, T. (1996). Inferiority as a Distinction Between Normal and Neurotic Perfectionism, *Individual Psychology*, 52: 237-245.
- Aubert, B.A. ve Kelsey, B.L. (2003). Further Understanding of Trust and Performance in Virtual Teams, *Small Group Research*, 34: 575-618.
- Baker, R. ve Newport, S. (2003). Dysfunctional Managerial Behaviour in The Workplace: Implications for Employees, Supervisors, and Organisations, *Problems and Perspectives of Management*, 1 (1): 108-113.
- Borman, W.C. (1990). Job Behavior, Performance and Effectiveness. İçinde M.D. Dunette ve L.M. Hough (Editörler), *Handbook of Industrial/Organizational Psychology* (ss. 271- 326). Consulting Psychologists Press, Palo Alto, CA.
- Borman, W.C. Motowidlo S.J. (1993). Expanding The Criterion Domain to Include Elements of Contextual Performance. İçinde N. Schmitt and W. C. Borman (Editörler), *Personnel Selection in Organizations*. Jossey-Bass, San Francisco. 71-98.
- Bousman, L.A. (2007). The Fine Line Of Perfectionism: Is It A Strength or Weakness in the Workplace (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Nebraska: Nebraska Üniversitesi.
- Campbell, J.P. (1990). Modeling The Performance Prediction Problem in Industrial And Organizational Psychology. İçinde M. D. Dunette ve L. M.Hough (Editörler), *Handbook of Industrial/Organizational Psychology*. Consulting Psychologists Press, Palo Alto, CA. 2 (1): 687-732.
- Childs, J.H. ve Stoeber, J. (2010). Self-oriented, Other-Oriented, And Socially Prescribed Perfectionism İn Employees: Relationships With Burnout And Engagement, *Journal of Workplace Behavioral Health*, 25: 269-281.
- Colton, J.A. ve Bower, K.M. (2002). Some Misconceptions About R2, *International Society of Six Sigma Professionals*, 3 (2): 20-22.
- Dunkley, D.M., Zuroff, D.C. ve Blankstein. K. R. (2003). Self-Critical Perfectionism and Daily Affect: Dispositional and Situational Influences on Stress and Coping, *Journal of Personality and Social Psychology*, 84: 234-252.
- Eburne, J.P. (2010). The Chef Drive: Cooking Beyond the Pleasure Principle, *Contemporary French and Francophone Studies*, 14: 169-177.
- Enns, M.W. ve Cox B.J. (2002). The Nature and Assessment of perfectionism: A Critical Analysis, İçinde Gordon L. Flett ve Paul L. Hewitt (Editörler) *Perfectionism: Theory, Research, and Treatment*. Washington, DC: American Psikoloji Derneği.
- Fairlie, P. ve Flett, G.L. (2003, August). Perfectionism at Work: Impacts on Burnout, Job Satisfaction, and Depression. Poster presented at the 111th Annual Convention of the American Psychological Association, Toronto, Ontario, Canada.
- Flett, G.L., Hewitt P.L., Blankstein K.R. ve Dynin C.B. (1994). Dimensions Of Perfectionism and Type A Behaviour, *Personality And Individual Differences*, 16: 477-485.
- Flett, G.L. ve Hewitt P.L. (2002). Perfectionism And Maladjustment: An Overview of Theoretical, Definitional, and Treatment Issues. İçinde Gordon L. Flett ve Paul L. Hewitt (Editörler) *Perfectionism: Theory, Research, and Treatment*. Washington, DC: American Psikoloji Derneği.
- Frost, R.O., Marten P., Lahart C. ve Rosenblate R. (1990) The Dimensions of Perfectionism, *Cognitive Therapy And Research*, 14 (5): 449-468.
- Ghiselli, E.E. (1973). The Validity of Aptitude Tests in Personnel Selection, *Personnel Psychology*, 26: 461-477.
- Greenhaus, J.H. ve Powell, G.N. (2006). When Work and Family are Allies: A Theory of Work-Family Enrichment, *Academy of Management Review*, 31 (1): 72-92.
- Habke, A.M. ve Flynn, C.A. (2002). Interpersonal Aspects of Trait Perfectionism. İçinde Gordon L. Flett ve Paul L. Hewitt (Editörler) *Perfectionism: Theory, Research, and Treatment*. Washington, DC: American Psikoloji Derneği.
- Hewitt, P.L. ve Flett, G.L. (1991a). Dimensions Of Perfectionism in Unipolar Depression, *Journal of Abnormal Psychology*, 100: 98-101.
- Hewitt, P.L. ve Flett, G.L. (1991b). Perfectionism in the Self and Social Contexts: Conceptualization, Assessment, and Association with Psycho-Pathology, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60: 456-470.
- Hill, R.W., Zrull, M.C. ve Turlington, S. (1997). Perfectionism And Interpersonal Problems, *Journal of Personality Assessment*, 69: 81-103.
- Horney, K. (1996). *New Ways of Psychoanalysis*. New York: W.W. Norton & Company.
- Hralbuik, C. (2009). The Dark Side of Goal Setting: Examining The Relationship Between Perfectionism and Maximum Versus Typical Employee Performance, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Toronto: Toronto Üniversitesi Joseph L. Rothman Yönetim Okulu.
- Johns, N. ve Menzel, P. J. (1999). 'If You Can't Stand The Heat! Kitchen Violence and Culinary Art, *Hospitality Management*, 18: 99-109.
- Kobori, O. ve Tanno, Y. (2005). Self-Oriented Perfectionism and its Relationship to Positive and Negative Effect: The Mediation of Positive and Negative Perfectionism Cognitions, *Cognitive Therapy And Research*, 29 (5): 555-567.
- Landy, F.J. ve Farr, J.L. (1980). Performance Rating, *Psychological Bulletin*, 87 (1): 72-107.
- Monck, L. (2009). The Impact of Perfectionism on Work Attitudes and Behavior, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). New York: New York Şehir Üniversitesi.
- Mor, S., Hy, D.I. ve Flett, G.L. (1995). Perfectionism, Control, and Components of Performance Anxiety in Professional Artists, *Cognitive Therapy and Research*, 19: 207-225.

- Oral, M. (1999). The Relationship Between Dimensions of Perfectionism, Stressful Life Events and Depressive Symptoms in University Students: A Test of Diathesis-Stress Model of Depression (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Pratten, J.D. (2003). What Makes A Great Chef?, *British Food Journal*, 105 (7): 454-459.
- Reilly, R.R. ve Chao, G.T. (1982). Validity And Fairness of Some Alternative Selection Procedures, *Personnel Psychology*, 35: 1-62.
- Rice, K.G. ve Dwello, J.P. (2002). Perfectionism And Self-Development: Implications for College Adjustment, *Journal of Counselling & Development*, 80: 194-195.
- Rice, K.G., Lopez, F.G. ve Vergara, D. (2005). Potential/Social Influences on Perfectionism and Adult Attachment Orientations, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24 (4): 580-605.
- Selşik, Z.E.S. (2003). The Dimensions of Perfectionism and Their Relations to Helpless Explanatory Style (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Sherry, S.B., Hewitt, P.L., Sherry, D.L., Flett, G.L. ve Graham, A.R. (2010). Perfectionism Dimensions And Research Productivity in Psychology Professors: Implications for Understanding The (Mal) Adaptiveness Of Perfectionism, *Canadian Journal of Behavioural Science*, 42: 273-283.
- Slaney, R.B., Rice, K.G., Mobley, M., Trippi, J. ve Ashby, J.S. (2001). The Revised Almost Perfect Scale, *Measurement and Evaluation in Counselling and Development*, 34 (3): 130-145.
- Sonnentag, S. ve Frese, M. (2002). Performance Concepts and Performance Theory. İçinde Sabine Sonnentag (Editör), *Psychological Management of Individual Performance: A Handbook in The Psychology of Management in Organizations*. Chichester: Wiley.
- Steinberger, M. (2016). Michelin and The Death Of Two French Chefs. The New Yorker. <http://www.newyorker.com/culture/culture-desk/michelin-and-the-deaths-of-two-french-chefs>, Erişim tarihi: 20 Mayıs 2017.
- Stoeber, J. ve Childs, J.H. (2010). The Assessment of Self-Oriented and Socially Prescribed Perfectionism: Subscales Make a Difference, *Journal of Personality Assessment*, 92 (6): 577-585.
- Stoeber, J., Davis, C.R. ve Townley, J. (2013). Perfectionism and Workaholism in Employees: The Role Of Work Motivation, *Personality and Individual Differences*, 55: 733-738.
- Stoeber, J. ve Eysenck, M.W. (2008). Perfectionism and Efficiency Accuracy, Response Bias And Invested Time in Proof Reading Performance, *Journal Of Research in Personality*, 42: 1673-1678.
- Stoeber, J. ve Stoeber, F.S. (2009). Domains of Perfectionism: Prevalence And Relationships With Perfectionism, Gender, Age, And Satisfaction With Life, *Personality and Individual Differences*, 46: 530-535.
- Taris, T.W., Beek I.V. ve Schaufeli W.B. (2010). Why Do Perfectionists Have a Higher Burnout Risk Than Others? The Mediation Effect of Workaholism, *Romanian Journal Of Applied Psychology*, 12 (1): 1-7.
- Tuncer, B. (2006). Kaygı Düzeyleri Farklı Üniversite Hazırlık Sınıfı Öğrencilerinin Mükemmeliyetçilik Özelliklerinin İncelenmesi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Tziner, A. ve Tanami, M. (2013). Examining the Links Between Attachment, Perfectionism, and Job Motivation Potential With Job Engagement And Workaholism, *Journal Of Work And Organizational Psychology*, 29: 65-74.
- Ulu, İ.P. (2007). An Investigation of Adaptive and Maladaptive Dimensions of Perfectionism in Relation to Adult Attachment and Big Five Personality Traits (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Viswesvaran, C. (1993). Modeling Job Performance: Is There A General Factor? (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Iowa: Iowa Üniversitesi.
- Wittenberg, K.J. ve Norcross, J.C. (2001). Practitioner Perfectionism: Relationship To Ambiguity Tolerance And Work Satisfaction, *Journal of Clinical Psychology*, 57: 1543-1550.
- Yelboğa, A. (2006). Bireylik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8 (2): 196-211.
- Zetie, S., Sparrow, J., Woodfield, A. ve Kilmartin, T. (1994). The Tyrannical Chef: A Barrier to TQM?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6 (7): 42-45.



Serdar EREN

Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (1999). Yüksek lisans derecesini İstanbul Ticaret Üniversitesi'nden İşletme Anabilim Dalından (2004), doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalından aldı (2013). İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalıştı (2005-2014). Halen Serbest Araştırmacı ve Gezgin olarak dünyanın çeşitli bölgelerinde Gastronomi ve Kültür üzerine araştırmalar yapmaktadır. Temel çalışma alanı/ları Turizm İşletmeciliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları'dır.



Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (1998). Yüksek lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalından (2000), doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalından aldı (2003). Dokuz Eylül Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1998). Doçentlik unvanını Yönetim ve Organizasyon alanında aldı (2011). Profesörlüğe Dokuz Eylül Üniversitesi'nde yükseltildi (2016). Halen Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanı/ları Turizm İşletmeciliği, Yönetim ve Organizasyon'dur.

Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi

The Effect of Website Service Quality on Customer Satisfaction

Özge KOCABULUT*, Tahir ALBAYRAK**

*Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, 07058 Kampus, Antalya.

E-posta: ozgekocabulut@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9774-6911

**Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, 07058 Kampus, Antalya.

E-posta: tahiralbayrak@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6961-0550

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 14 Mart 2017

Düzeltilme: 10 Mayıs 2017

Kabul: 26 Mayıs 2017

Anahtar sözcükler: Müşteri memnuniyeti, Doğrusal olmayan ilişki, Web sitesi hizmet kalitesi, Ceza-ödül karşıtlığı analizi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 14 March 2017

Resubmitted: 10 May 2017

Accepted: 26 May 2017

Key words: Customer satisfaction, Nonlinear relationship, Website service quality, Penalty-reward contrast analysis.

ÖZ

Araştırmacılar genellikle ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki bulunduğu varsayımını benimsemektedir. Ancak son yıllarda gerçekleştirilen birçok araştırma, bu ilişkinin doğrusal yönlü olmayabileceğini göstermiştir. Bu çalışmada, ulusal bir havayolu işletmesine ait web sitesinin hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki, doğrusal ve doğrusal olmayan yaklaşımların karşılaştırılması yoluyla incelenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucu "kolaylık ve cevaplandırma süresi", "eğlence", "güven" ve "özel iletişim" özellikleri web sitesi hizmet kalitesinin başlıca boyutları olarak tespit edilmiştir. Doğrusal ilişkiyi test eden regresyon analizi sonuçlarına göre "kolaylık ve cevaplandırma süresi" boyutu müşteri memnuniyetinin en önemli belirleyicisi olarak tespit edilmiştir. Ancak doğrusal olmayan ilişkiyi test eden ceza-ödül karşıtlığı analizi sonuçları, dört hizmet kalitesi boyutunun da müşteriler açısından temel faktörler olduğunu göstermiştir. Buna göre, adı geçen özelliklerin performansını arttırmak sadece müşteri memnuniyetsizliğini engellemeye katkı sağlayacak, ancak müşteri memnuniyeti yaratmayacaktır.

ABSTRACT

Researchers assume that there is a linear relationship between product attributes' performance and customer satisfaction. However, recent studies indicated that this relationship could not be linear. In this study, the relationship between website service quality belong to a national airline company and customer satisfaction was investigated by using these two approaches. Based on the exploratory factor analysis, "convenience and response time", "entertainment", "trust", and "special communication" were identified as the dimensions of website service quality. The results of regression analysis revealed that "convenience and response time" was the most important determinant of customer satisfaction. However, four service quality dimensions were identified as the basic factor by penalty-reward contrast analysis. In other words, results revealed that increasing the performance of these attributes only prevent from customer dissatisfaction.

GİRİŞ

Dünya çapında internet kullanımı giderek yaygınlaşmakta ve kullanıcı sayısında hızlı bir artış yaşanmaktadır. Dijital pazarlama ajansı We are Social'ın raporuna (2016) göre hem dünyada hem Türkiye'de internet kullanıcılarının oranı 2016 yılında bir önceki yıla göre %10'luk bir artış göstermiştir. Buna göre 7,395 milyarlık dünya nüfusunun %46'sı (3,419 milyar kişi), 79,14 milyonluk Türkiye nüfusunun ise %58'i (46,3 milyon kişi) internet kullanmaktadır. Aynı rapora göre, internet kullanıcılarının, %54'ü ayda en az

bir kere ürün satın almak için web sitelerini ziyaret etmekteyken %45'i web sitelerinden ürün veya hizmet satın almaktadır. Bu durum çevrimiçi işletmeler açısından rekabet avantajı ve yeni iş imkânları sunmaktadır. Bunun yanı sıra bir çok geleneksel işletmenin de çevrimiçi pazara dahil olmasını teşvik etmekte ve küresel rekabetin artmasına yol açmaktadır.

Çevrimiçi işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmesinin yollarından biri rakiplere göre yüksek müşteri memnuniyeti sağlamaktır. Bu maksatla, işletme web sitesi aracılığı ile sunulan hizmetle-

re yönelik müşteri beklentilerini anlamak ve onların bakış açısı ile web sitesini değerlendirmek son derece önemlidir. Dolayısıyla web sitesi hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisini ve web sitesine ait hangi özelliklerin memnuniyeti daha fazla etkilediğini tespit etmek önem arz etmektedir.

Müşteri memnuniyeti açısından önem arz eden web sitesi özelliklerinin belirlenmesi oldukça karmaşık bir görevdir. Alanyazında genellikle ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki bulunduğu varsayımı benimsenmiştir. Bu sebeple yapılan çalışmalarda sıklıkla regresyon analizi veya yapısal eşitlik modelleme gibi geleneksel yöntemler kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda gerçekleştirilen birçok araştırma, ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin doğrusal yönlü olmayabileceğini ortaya koymuştur (Johnston 1995; Matzler ve Sauerwein 2002; Matzler vd. 2004; Albayrak ve Caber 2013). Diğer bir ifade ile ürün özelliklerinin müşteri memnuniyeti açısından taşıdığı önem, ilgili özelliğin mevcut performans seviyesine göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle, geleneksel yöntemler kullanıldığında, ürüne ait herhangi bir özelliğin performansını iyileştirmek için yapılan girişimler anlamlı olarak sonuçlanmayabilir. Bu çalışma, web sitesi hizmet kalitesi özellikleri ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi bir havayolu rezervasyon kanalını inceleyerek anlamayı amaçlamaktadır. Çalışmanın alt amaçları ise:

- (1) Web sitesi hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek,
- (2) Web sitesi hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine doğrusal etkisini incelemek,
- (3) Web sitesi hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine doğrusal olmayan etkisini ortaya koymaktır.

ALANYAZIN TARAMASI

Web Sitesi Hizmet Kalitesi

Web sitesi hizmet kalitesi, bir web sitesinin verimli ve etkili alışverişe, ödemeye ve teslim süre-

cine ne ölçüde olanak sağladığı ile açıklanmaktadır (Parasuraman vd. 2005). Bu tanım; web sitesi hizmet kalitesi kavramının, ön ödeme evresinden (kullanım kolaylığı, ürün bilgisi, sipariş bilgisi ve kişisel bilgi güvenliği gibi) satış sonrası evreye (teslimat, müşteri destek, vaatlerin yerine getirilmesi ve iade politikası gibi) kadar olan tüm süreci kapsadığına açıklık getirmektedir. Web sitesi hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik önceki çalışmaların bir kısmı geleneksel hizmet kalitesi ölçüm modellerini uyarlar (örneğin Gefen 2002) diğer bir kısmı web sitesi hizmet kalitesine özgü ölçüm modelleri geliştirmiştir (örneğin Yang vd. 2005). Ancak Parasuraman ve Grewal (2000) geleneksel hizmet kalitesi ölçüm modelleri üzerine inşa edilen ölçekleri eleştirerek müşterilerin servis personeliyle kişisel etkileşimi bırakıp teknoloji ile etkileşime geçmeye başladığında, beş hizmet kalitesi boyutunun öneminde ve tanımlanmasında değişikliğe ihtiyaç duyulabileceğini belirtmiştir.

Geleneksel hizmet kalitesi ölçüm modellerinin, çevrimiçi hizmet kalitesini değerlendirmek için kapsamlı araçlar olmadığını ileri süren araştırmacılar web sitesi hizmet kalitesini değerlendirmeye yönelik özel ölçüm modelleri önermiştir. Örneğin, Yang vd. (2005) bilgi sunan bir web sitesinde işlem yapan yaklaşık 2000 kullanıcıya yönelik bir araştırma yaparak kullanılabilirlik, içeriğin yararlılığı, bilginin uygunluğu, erişebilirlik ve etkileşim boyutlarından oluşan bir web sitesi hizmet kalitesi ölçeği geliştirmiştir. Yazarların geliştirmiş olduğu bu ölçeğin test edilmesi sonucunda, en başta kullanılabilirlik olmak üzere beş boyutun da kullanıcıların web sitesinin hizmet kalitesini değerlendirmesinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve web sitesi hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyetini etkilediği tespit edilmiştir. Aladwani ve Palvia (2002) ise tek bir web sitesinde değerlendirme yapmanın doğru sonuçlar vermeyeceğini ileri sürmüş ve birden fazla web sitesinde uygulama yaparak (banka, kitap mağazası, otomobil üreticisi ve elektronik perakendeci) bir ölçek geliştirmiştir. Ölçekte Yang vd.'nin (2005) ulaştığı web sitesi hizmet kalitesi boyutlarından farklı olarak teknik yeterlilik, özel içerik, kaliteli içerik ve web görünümü olmak üzere dört boyut elde edilmiştir.

Web sitesi hizmet kalitesini değerlendirmek için sıklıkla kullanılan bir başka ölçek de Loiacono vd.'nin (2007) geliştirmiş olduğu 36 ifadeden oluşan WebQual ölçeğidir. Loiacono vd. (2007) alanyazın taraması ve kullanıcılarla yapılan görüşmeler sonucunda 12 temel web sitesi kalitesi boyutuna ulaşmıştır. Yazarlar tarafından geliştirilen bu ölçek daha sonra 800 üniversite öğrencisinin kitap, müzik, havayolu ve otel web sitelerini değerlendirmesi ile test edilmiştir. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği yüksek olmasına rağmen, öğrencilerin gerçek anlamda satın almada bulunmamış olması sebebi ile eleştirilmiştir (Xie ve Barnes 2008).

Yakın bir zamanda, Dedeker (2016) tarafından yapılan bir araştırmada, seyahat web sitesi kullanıcılarının (WebQual ölçeği yoluyla) hizmet kalitesi algıları ve satın alma niyetleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda web sitesi tasarımının algılanan ürün kalitesini ve çevrimiçi satın alma niyetini etkilediği tespit edilmiştir. Abou-Shouk ve Khalifa (2016) ise Mısır'daki seyahat acenteleri ile otellerin web sitelerini karşılaştırdıkları çalışmada web sitesi kalitesinin çevrimiçi satın alma davranışı ve e-sadakat üzerindeki etkisini ele almıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular, WebQual'e ait web sitesi kalite boyutlarının müşterilerin satın alma davranışını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca havayolu sektöründe web sitesi kalitesini değerlendiren Shchiglik ve Barnes (2004), web sitesi kalitesi, bilgi kalitesi, etkileşim kalitesi ve havayolu işletmelerine özgü kalite olmak üzere dört boyuttan oluşan algılanan havayolu web sitesi kalitesi ölçeğini geliştirmiştir. Bu çalışmada, havayolu işletmelerinde yürütülen operasyonlara özgü ifadelerden oluşan "havayolu işletmelerine özgü kalite" boyutunun yer alması önemlidir. Ancak diğer çalışmalardan bu yönü ile farklılık gösterse de alanyazında sıklıkla tercih edilen bir ölçek olarak yerini alamamıştır.

Web Sitesi Hizmet Kalitesi ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki

Web sitesi hizmet kalitesi ile diğer değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda, web sitesi hizmet

kalitesinin kullanıcıların çevrimiçi güveni (örneğin Wang vd. 2015), web sitesine karşı tutumları (örneğin Hausman ve Siekpe 2009), çevrimiçi ticarete karşı tutumları (örneğin Dedeker 2016), hizmet veya ürün değeri algıları (örneğin Hsu 2008), fazla ödemeye isteklilikleri (örneğin Fassnacht ve Köse 2007), web sitesine bağlılık niyetleri (örneğin Kim ve Niehm 2009), web sitesini tekrar ziyaret etme niyetleri (örneğin Long ve McMellon 2004) gibi birçok değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Müşteri memnuniyeti işletme performansının önemli bir belirleyicisi olduğundan, web sitesi hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine olan etkisi birçok çalışmada incelenmiştir (Lee ve Lin 2005; Lin 2007; Fassnacht ve Köse 2007; Ho ve Lee 2007). Örneğin, Jeong vd. (2003) bir konaklama işletmesinin web sitesi kalitesini 1743 müşterinin katılım gösterdiği bir araştırma ile değerlendirmiştir. Çalışma sonucunda memnuniyetin davranışsal niyeti belirleyen önemli bir unsur olduğu ve web sitesi kalitesinin memnuniyetin önemli bir öncüsü olduğu tespit edilmiştir. Ali ve Ali (2016) çevrimiçi seyahat acenteleri veya otel web siteleri aracılığıyla rezervasyon yapan 441 müşteri ile gerçekleştirdiği çalışmalarında, otel web sitesi kalitesi, müşterilerin içsel-psikolojik durumu, müşteri memnuniyeti ve satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma bulguları, otel web sitesi kalitesinin, müşterilerin içsel-psikolojik durumu aracılığı ile memnuniyeti etkilediğini ve memnuniyetin de satın alma niyetinin belirleyicisi olduğunu göstermiştir.

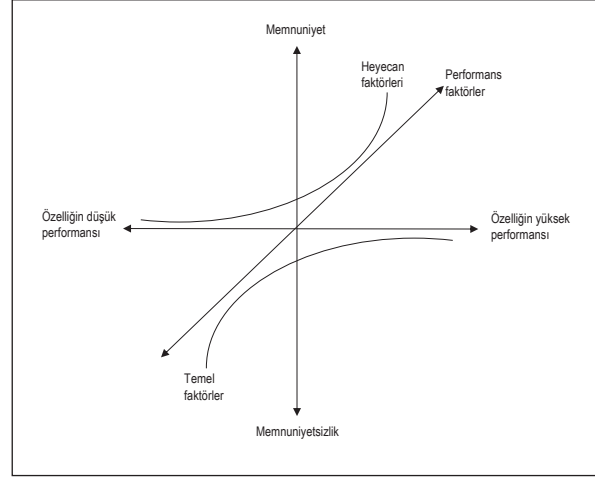
İnternetin ve çevrimiçi ticaret uygulamalarının yaygınlaşması, havayolu işletmelerinin de müşterileri bakış açısı ile web sitelerini şekillendirmelerini gerekli kılmıştır (Nafchi vd. 2014). Havayolu çevrimiçi rezervasyon kanallarına ait çalışmalar incelendiğinde, web sitesi kalite boyutlarının memnuniyete ve satın alma niyetine olan etkilerini tespit etmeye yönelik araştırmaların büyük çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Örneğin, Endonezya'daki havayolu şirketlerinin web sitesi kalitelerini değerlendiren Setiandi ve Sardjono (2013) web sitesi hizmet kalitesini oluşturan güven, kullanıcı ara yüzü, bilgi ve etkileşim boyutlarının müşteri memnuniyetini etkilediğini

tespit etmiştir. Byamba ve Chang (2012), bir havayolu rezervasyon kanalı için etkileşimi, ödeme güvenliğini ve kullanım kolaylığını, çevrimiçi müşteri memnuniyetini etkileyen başlıca boyutlar olarak belirlemiştir (Elias vd. 2015). Lee ve Wu'nun (2011) tek bir havayolu işletmesinin web sitesi hizmet kalitesini değerlendirmenin kısıtına dikkat çektiği ve bu doğrultuda Tayvan'daki 30 farklı havayolu işletmesinin web sitesinden uçak bileti satın alma konusunda farklı tecrübelerle sahip olan 236 uluslararası yolcu ile gerçekleştirdiği çalışmada, web sitesi hizmet kalitesinin ve algılanan hizmet değerinin memnuniyeti etkilediği belirlenmiştir. Özet olarak, yapılan araştırmalar web sitesinin, işletmeler ile müşteriler arasında önemli bir bağ oluşturduğunu; dolayısıyla web sitesi hizmet kalitesi ile ilgili çalışmaların temelinde yatan arayışın müşteri memnuniyetini etkileyen web sitesi boyutlarını ortaya koymak olduğunu göstermektedir (Jeon vd. 2003; Kim ve Stael 2004; Lin 2007; Wang vd. 2015; Dedek 2016).

Üç Faktör Teorisi

Kano vd. (1984), Herzberg vd.'nin (1959) iki faktörlü İş Doyumu Teorisi'nden esinlenerek öne sürdükleri teorilerinde, ürün özelliklerinin, müşteri memnuniyetine olan etkileri açısından beş farklı grup altında toplanabileceğini iddia etmiştir. Bu teori, ürün özelliklerini müşteri memnuniyetine doğrusal olmayan etkilerini dikkate alarak, temel, performans, heyecan, ters ve fark yaratmayan faktörler şeklinde beş gruba ayırmaktadır. Kano Modeli olarak bilinen bu teori, araştırmacılara müşteri memnuniyeti için geliştirilmesi gereken birincil ürün özelliklerini tanımlamada yardımcı olan bir yöntemdir. Araştırmacıların genellikle ters ve fark yaratmayan faktörleri dikkate almaması sebebiyle model son zamanlarda Üç Faktör Teorisi olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Üç Faktör Teorisi, ürün özelliklerini müşteri memnuniyetine doğrusal olmayan etkilerini göz önüne alarak; temel, performans ve heyecan faktörleri olarak sınıflandırmaktadır (Şekil 1).

Temel Faktörler: Bu faktörler, bir ürünün temel işlevini yerine getirmektedir. Temel Faktörler müşterilere sunulmadığı zaman memnuniyetsizlik yaratan, fakat sunulduğunda memnuniyete



Şekil 1. Üç Faktörün Müşteri Memnuniyetine Etkisi

neden olmayan özelliklerdir (Matzler vd. 2004). Müşteriler bu faktörleri, işletmeler tarafından sağlanması gereken asgari gereklilikler olarak değerlendirmektedir.

Performans Faktörleri: Bu faktörler, müşterilere sunulduklarında memnuniyet, sunulmadıklarında ise memnuniyetsizlik yaratmaktadır. Performans faktörlerine ait algılanan performans ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki vardır. Ürünün bu özelliklerine yönelik performans ne kadar yüksekse müşteri memnuniyeti o kadar yüksek iken performans düşük olduğunda müşteri memnuniyetsizliği o kadar fazla olacaktır.

Heyecan Faktörleri: Bu faktörler, müşteri memnuniyetinin temel unsurlarıdır. Eğer mevcutlarsa ve performansları yüksekse, yüksek bir memnuniyet düzeyi yaratmaktadırlar. Öte yandan, mevcut değilse memnuniyetsizlik yaratmamaktadırlar. Heyecan faktörleri müşteri tarafından talep edilmeyen ya da beklenmeyen özelliklerdir. Müşteri için sürpriz niteliği taşıyan bu faktörler, yüksek memnuniyet yaratma potansiyeline sahiptirler.

Ürün özellikleri ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiler, sağlık hizmetleri (örneğin Mittal vd. 1998), bankacılık (Matzler vd. 2004), çevrimiçi alışveriş platformları (örneğin Falk vd. 2010), turizm merkezleri (örneğin Füller ve Matzler 2008) ve web siteleri (örneğin Kim ve Fesenmaier 2008) gibi alanlar-

da incelenmiştir. Örneğin, web sitesi bilgi kalitesi ile kullanıcı memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi inceleyen Cheung ve Lee (2009), dört bilgi kalitesi özelliğinden üçünün olumsuz performanslarının müşteri memnuniyetine etkisinin pozitif performanslarına göre daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Caber vd. (2013) ise extranet hizmet kalitesine ait boyutları WebQual ölçeği ile tespit ettikten sonra bu özellikleri kullanıcıların (seyahat acentesi satış temsilcisi) memnuniyeti üzerindeki doğrusal olmayan etkileri açısından sınıflandırmıştır. Sonuçlar eğlence boyutunun performans faktörü, yararlılık ve kullanım kolaylığı boyutlarının temel faktör, güven, cevaplandırma süresi ve göreceli fayda boyutlarının ise heyecan faktörü olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar üç faktörü tespit etmek için Kano Tekniği, Kritik Olay Tekniği, Önem Matrisi ve Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi gibi yöntemlerden faydalanmaktadır. Ancak Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi müşteri memnuniyeti ölçümünden elde edilen verilerle gerçekleştirilebildiği için diğer yöntemlere kıyasla daha fazla kullanılmaktadır (Albayrak 2015).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmanın amaçlarına ulaşmak için, Türkiye'deki Turizm ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin ulusal bir havayolu işletmesinin web sitesine yönelik değerlendirmelerinden faydalanılmıştır. Hedef kitle olarak akademisyenlerin ele alınmasının başlıca sebebi, mesleki nedenlerle sık seyahat etmelerinden ve kolay ulaşılabilir olmalarından kaynaklanmaktadır. Araştırmada kullanılan anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, medeni durum ve mesleki unvana yönelik dört soru bulunmaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların internet kullanım alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik beş soru yer almaktadır (İnternette günde ortalama kaç saat yararlanıyorsunuz?; İnternet üzerinden bir ay içerisinde ortalama hangi sıklıkta alışveriş yaparsınız? gibi). Üçüncü bölümde, web sitesi hizmet kalitesini değerlendirmek için sıklıkla kullanılan, Loiacono vd.'nin

(2007) geliştirmiş olduğu 36 önermelik WebQual ölçeği yer almaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise kullanıcıların genel memnuniyetlerinin ölçümü için Flavián vd.'nin (2006) araştırmasından alınan dört ifade bulunmaktadır. Web sitesi kalitesi ve genel memnuniyet önermeleri 7'li Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir (1: Kesinlikle katılmıyorum; 7: Kesinlikle katılıyorum). Ankette yer alan ifadeler araştırmacılar tarafından İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Daha önce aynı ölçekleri kullanan önceki çalışmalarda yer alan Türkçe ifadeler ile araştırmacıların yaptığı tercüme karşılaştırılarak tutarsızlıklar ortadan kaldırılmıştır. Hazırlanan anket, çevrimiçi anket toplama hizmeti veren bir web sitesine yüklenmiştir. Yükseköğretim Kurumu 2017 verilerine göre Türkiye'de Turizm ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde görev yapan toplam 8055 akademisyen bulunmaktadır. Araştırma kapsamındaki fakültelerin web siteleri taranarak, 3327 akademisyene ait elektronik posta adresine ulaşılmıştır. İlgili akademisyenlere elektronik posta gönderilerek çalışmanın amacı açıklanmış ve gönüllü katılımları istenmiştir. 06.12.2016-06.02.2017 tarihleri arasında üç defa hatırlatma yapılarak katılımcıların anketleri yanıtlaması sağlanmıştır. İki ay sonunda toplam 374 adet kullanılabilir ankete ulaşılmıştır. Buna göre anketin cevaplanma oranı %11,24 olup, bu oran genel olarak çevrimiçi veri toplamada ulaşılan geri dönüş oranları ile benzerlik göstermektedir (örneğin Leece vd. 2004).

BULGULAR

Katılımcıların %60,2'si erkek, %71,4'ü evlidir. Ayrıca katılımcıların %42'si 31-40 yaş arasında ve %32,4'ü araştırma görevlisidir (Tablo 1).

Katılımcıların genel internet kullanım yaklaşımları ve ele alınan havayolunun web sitesini kullanımına yönelik tercihleri Tablo 2'de gösterilmiştir. Katılımcıların %44,7'si günde ortalama 3-5 saat internet kullanmakta ve %34,8'i aylık ortalama 2-3 kez internette alışveriş yapmaktadır. Ayrıca katılımcıların %43,3'ünün ele alınan ulusal havayolu web sitesinden yılda ortalama 2-3 kez uçak bileti satın aldığı tespit edilmiştir. Katılımcıların internet üzerinden en sık

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N= 374)

Demografik Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Erkek	225	60,2
	Kadın	149	39,8
Medeni Durum	Bekar	107	28,6
	Evli	267	71,4
Yaş	30 ve daha küçük	78	20,9
	31-40 yaş arası	157	42,0
	41-50 yaş arası	92	24,6
	51-60 yaş arası	36	9,6
	61 ve daha büyük	11	2,9
Unvan	Araştırma görevlisi	121	32,4
	Öğretim görevlisi	62	16,6
	Yardımcı doçent doktor	100	26,7
	Doçent doktor	56	15,0
	Profesör	35	9,3

f: Frekans

satın aldığı ürünler sırasıyla; uçak bileti (%76,5), kitap-CD (%60,7), konaklama (%41,7) ve giyim (%37,4) olarak belirlenmiştir.

Web sitesi hizmet kalitesine yönelik boyutları tespit etmek amacıyla WebQual ölçeğine ait 36 ifade Varimax döndürme yöntemi ile açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Öncelikle değişkenler arasındaki ilişki Barlett Küresellik Testi, örneklem sayısının yeterliliği KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri ile incelenmiştir. Elde edilen değerler, değişkenler arasında ilişkinin varlığını (14689,783; $p < 0,01$) ve örneklem sayısının faktör analizi için yeterli olduğunu (0,95) göstermiştir. Faktör analizi sonucunda, iki boyut altında yakın değerlere sahip dört ifade (web sitesini kolay kullanabilir buluyorum; destek sistemdeki sembol, gösterge veya işaretleri anlamak kolaydır; web sitesindeki görüntü ekranları kolaylıkla okunabilmektedir; web sitesinin yüklenmesi uzun zaman almaktadır) ile silindiğinde boyut güvenilirliğinin artmasını sağlayan dört ifade (web sitesi, hızlı bir şekilde yüklenmektedir; daha fazla bilgisayar kullanma tecrübem olsaydı, web sitesini daha kolay kullanabilirdim; web sitesinde gerçekleştirdiğim işlemlerin tamamlandığına güvenirim; web sitesinden belirli ihtiyaçlarıma yönelik bilgileri edinebilmem mümkündür) analizden çıkarılmıştır. Kalan 28 ifade ile analiz tekrar edilmiş ve özdeğeri birin üstünde, toplam varyansın %72,23'ünü açıklayan dört faktör elde edilmiştir. Faktörler, içerdikleri

Tablo 2. Katılımcıların İnternet ve Havayolu Web Sitesini Kullanım Alışkanlıkları (N= 374)

Günde ortalama internet kullanma süresi (saat)		
1 saatten daha az	5	1,3
1-2 saat	60	16,0
3-5 saat	167	44,7
6 saat veya daha fazla	142	38,0
Aylık ortalama internet üzerinden alışveriş etme sıklığı		
1 kez	67	17,9
2-3 kez	130	34,8
4-5 kez	59	15,8
6 kez veya üzeri	20	5,3
Yılda birkaç kez	98	26,2
Ulusal Havayolu web sitesini ziyaret etme sıklığı (yıllık)		
1 kez	40	10,7
2-3 kez	101	27,0
4-5 kez	71	19,0
6 kez veya üzeri	162	43,3
Ulusal Havayolu web sitesinden bilet satın alma sıklığı (yıllık)		
1 kez	95	25,4
2-3 kez	162	43,3
4-5 kez	57	15,3
6 kez veya üzeri	60	16,0
İnternet üzerinden en sık satın alınan ürünler*		
Uçak Bileti	286	76,5
Kitap-CD	227	60,7
Konaklama	156	41,7
Giyim	140	37,4
Bilgisayar Ekipmanı	66	17,6
Kozmetik	40	10,7

f: Frekans.

* Birden fazla seçim yapmak mümkün.

ifadeler ve alanyazın göz önüne alınarak isimlendirilmiştir. 12 ifadeden oluşan birinci faktör "eğlence" olarak isimlendirilmiş olup toplam varyansın %31,12'sini açıklamaktadır. 12 ifadeden oluşan ikinci faktör "kolaylık ve cevaplandırma süresi" olarak isimlendirilmiş olup toplam varyansın %26,92'sini açıklamaktadır. İki ifadeden oluşan üçüncü faktör "özel iletişim" olarak isimlendirilmiş olup toplam varyansın %7,35'ini ve iki ifadeden oluşan dördüncü faktör "güven" boyutu olarak isimlendirilmiş olup toplam varyansın %6,83'ünü açıklamaktadır. Tablo 3'te boyutlara ait faktör yükleri, varyans açıklama oranları ve güvenilirlik katsayıları gösterilmiştir.

Web sitesi hizmet kalitesi boyutları arasında en düşük performans algısı 4,85 ortalama ile "eğlence" boyutuna aittir. Katılımcıların en olumlu algıya sahip olduğu boyut 5,76 ortalama ile "kolaylık ve cevaplandırma süresi"dir (Tablo 4).

Tablo 3. Web Sitesi Hizmet Kalitesi Boyutları

Web sitesi...	Eğlence	Kolaylık ve cevaplandırma süresi	Özel iletişim	Güven
Görsel açıdan hoş bir şekilde dizayn edilmiştir	0,742			
Görsel yönden çekicidir	0,813			
Görsel açıdan hoştur	0,818			
Yenilikçidir	0,812			
Dizaynı yenilikçidir	0,839			
Yaratıcıdır	0,818			
Kullandığımda mutlu oluyorum	0,747			
Kullanmaktan keyif duyuyorum	0,764			
Kullandığımda, kendimi sosyal hissediyorum	0,691			
Şirket imajıyla tutarlı bir imaj yansıtmaktadır	0,745			
Benim algıladığım imajla uygunluk göstermektedir	0,774			
Şirket imajına uygundur	0,774			
Bilgiler, işlemlerimi gerçekleştirebilmem için yeterlidir		0,738		
Bilgilendirilme ihtiyaçlarımı yeterince karşılamaktadır		0,701		
Bilgiler günceldir		0,733		
Tüm işlemleri tamamlayabiliyorum		0,622		
İşlem süreçlerinin büyük bir kısmını tamamlayabiliyorum		0,774		
Çevrimiçi işlemlere olanak sağlamaktadır		0,822		
İşlemleri gerçekleştirmem, telefon, faks veya bir şirket temsilcisine mail göndermemden daha kolaydır		0,702		
Şirketin satış veya müşteri hizmetlerini aramama bir alternatiftir		0,618		
Şirket temsilcisi ile telefon görüşmesi yapmama nazaran daha kolay bir işlem yapma yoludur		0,760		
Yazılar kolay okunabilmektedir		0,688		
Kullanmayı öğrenmek benim için kolay oldu		0,675		
Kullandığımda, işlem yapmam ve bunların onaylarını almam arasında geçen süre oldukça kısadır		0,614		
İstedğim bilgileri karşılıklı olarak sormama ve öğrenmeme olanak sağlamaktadır			0,710	
İnteraktif özellikler sayesinde işlemlerimi başarıyla tamamlayabiliyorum			0,711	
Kişisel bilgileri koruduğuna veya gizli tuttuğuna güvenirim				0,755
Yetkililerinin kişisel bilgilerimi kötü niyetle kullanmayacaklarına güvenirim				0,785
Güvenilirlik Katsayısı (Cronbach Alpha)	0,964	0,944	0,815	0,922
Varyans açıklama oranı (%)	31,12	26,92	7,35	6,83

Toplam varyans açıklama oranı: %72,23; KMO:0,95; Bartlett küresellik testi: 14689,783 (p<0,01)

Müşteri memnuniyetini yükseltmek maksadıyla web sitesi hizmet kalitesine ait hangi boyutun performansının artırılması gerektiğini belirlemek için, ilk olarak ilgili boyutların performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal yönde bir ilişki olduğu varsayımına göre hareket edilmiştir. Bu amaçla, müşteri memnuniyeti bağımlı değişken ve dört web sitesi hizmet kalitesi boyutu bağımsız değişken olmak üzere çok değişkenli doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon analizinin ön şartlarından olan normallik varsayımını sağlamak maksadıyla değişkenlere ait faktör skorları kullanılmıştır. Regresyon modeli istatistiki açıdan anlamlı olup (F= 195,600; p<0,01) müşteri memnuniyetini açıklama oranı %68'dir (Tablo 4). Doğrusal regresyon

analizi sonuçlarına göre müşteri memnuniyetine en yüksek etkiyi yapan özellik "kolaylık ve cevaplandırma süresi" dir ($\beta=0,619$). Bunu sırasıyla "eğlence" ($\beta=0,426$), "güven" ($\beta=0,267$) ve "özel iletişim" ($\beta=0,210$) boyutları takip etmektedir.

Web sitesi hizmet kalitesi boyutlarının performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi tespit etmek maksadıyla kukla değişkenli regresyon analizi yardımıyla Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi gerçekleştirilmiştir (Anderson ve Mittal 2000; Matzler vd. 2006). Bu şekilde web sitesi boyutlarının temel, performans ve heyecan faktörleri olarak sınıflandırılması amaçlanmıştır. Kukla değişkenleri oluşturmak maksadıyla faktör analizinde elde edilen

Tablo 4. Web Sitesi Boyutları ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki Doğrusal İlişki

Özellik	Ortalama	Std. sapma	Regresyon katsayısı	t değeri
Eğlence	4,85	1,33	0,426	14,456*
Kolaylık ve cevaplandırma süresi	5,76	1,08	0,619	20,996*
Özel iletişim	5,11	1,37	0,210	7,109*
Güven	5,33	1,53	0,267	9,060*

R² : 0,680; F: 195,600; * 0,01 seviyesinde anlamlı
Bağımlı değişken: Genel müşteri memnuniyeti.

boyutlara ait faktör skorları üç bölüme ayrılmış ve “düşük performans” için (0,1), “yüksek performans” için (1,0) ve “orta seviye performans” için (0,0) şeklinde kodlanmıştır (Albayrak 2015). Kodlama sonucunda elde edilen her boyut için iki; toplam olarak sekiz (iki kukla x dört boyut) kukla değişken bağımsız ve genel müşteri memnuniyeti bağımlı değişken şeklinde kullanılarak çok değişkenli doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda her boyutun düşük performans seviyesinde ve yüksek performans seviyesinde müşteri memnuniyetine olan etkisini yansıtan iki ayrı katsayı elde edilmiştir (Tablo 5).

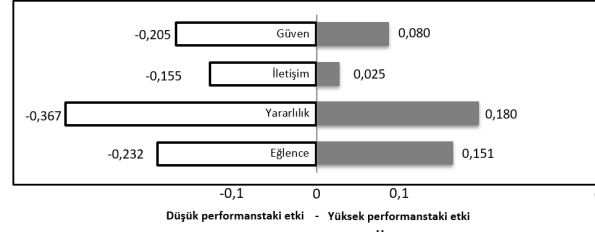
Elde edilen regresyon katsayıları görsel olarak Şekil 2’de gösterilmiştir. Daha sonra boyutların, düşük ve yüksek performans seviyelerinde müşteri memnuniyetine olan etkilerini gösteren regresyon katsayıları ele alınarak bir sınıflandırma yapılmıştır. Düşük performans seviyelerinde müşteri memnuniyetine etkileri, yüksek performans seviyelerinde göre daha fazla olduğu için, tüm boyutlar temel faktörler olarak sınıflandırılmıştır.

Tablo 5. Kukla Değişkenli Regresyon Analizi ile Web Sitesi Boyutlarının Sınıflandırılması

Boyutlar	Regresyon katsayıları		Sınıflama
	Düşük performans	Yüksek performans	
Eğlence	-0,232**	0,151**	Temel
Kolaylık ve cevaplandırma süresi	-0,367**	0,180**	Temel
Özel iletişim	-0,155**	0,025	Temel
Güven	-0,205**	0,080*	Temel

R² : 0,484; F: 42,807

* 0,1 seviyesinde anlamlı; ** 0,01 seviyesinde anlamlı; diğerleri anlamsızdır



Şekil 2. Boyutların Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Doğrusal Olmayan Etkileri

SONUÇ VE TARTIŞMA

İnternet üzerinden hizmet sunan işletmeler açısından kaliteli ve müşteri beklentilerini karşılayan bir web sitesine sahip olmak önem arz etmektedir. Daha önce gerçekleştirilen birçok çalışmada da web sitesi hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini etkilediği tespit edilmiştir (örneğin Lee ve Lin 2005; Lin 2007; Fassnacht ve Köse 2007; Ho ve Lee 2007). Bu açıdan, işletmelerin devamlı olarak müşterilerinin bakış açısıyla web sitesi hizmet kalitelerini ölçmeleri ve hangi web sitesi özelliğinin müşteri memnuniyetine en fazla etki ettiğini tespit etmeleri gereklidir. Bir ulusal havayolunun web sitesi hizmet kalitesini ölçen ve hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine doğrusal ve doğrusal olmayan etkilerini ayrı ayrı değerlendiren bu çalışmanın ilgili alan yazına birçok katkısı bulunmaktadır.

İlk olarak web sitesi hizmet kalitesinin “eğlence”, “kolaylık ve cevaplandırma süresi”, “özel iletişim”, “güven” şeklinde dört boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. İlk bakışta elde edilen bu dört boyut, araştırmada kullanılan WebQual ölçeğinin orijinal 12 faktörlü yapısından farklı olmakla birlikte, daha önceki çalışmalarda da aynı ölçeğe ait farklı sayıda boyuta ulaşılmıştır (Kim ve Stoel 2004; Shia vd. 2016). Örneğin, web sitesi hizmet kalitesini WebQual ölçeği aracılığı ile inceleyen Shia vd.’nin (2016) Endonezya’da gerçekleştirdiği çalışmada kullanılabilirlik, hizmet etkileşimi ve bilgi olmak üzere üç boyuta ulaşılmıştır. Benzer şekilde Kim ve Stoel (2004) bir perakende web sitesi hizmet kalitesini WebQual ölçeği ile değerlendirdikleri çalışmalarında web görünümü, eğlence, görevle uyumlu bilgilendirme, işlem yeteneği, cevaplandırma süresi ve güven olmak üzere altı boyut elde etmişlerdir.

İkinci olarak, web sitesi hizmet kalitesi boyutları ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal ilişki regresyon analizi ile incelenmiş; “kolaylık ve cevaplandırma süresi” müşteri memnuniyetinin en önemli belirleyicisi olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç, işletme yönetiminin müşteri memnuniyetini arttırmak amacıyla elindeki kısıtlı kaynakları bu boyutun performansını geliştirmek için kullanmaları gerektiğini göstermektedir. Bu boyutu sırasıyla “eğlence”, “güven” ve “özel iletişim” takip etmektedir. Havayolu çevrimiçi rezervasyon kanalına yönelik benzer bir çalışma yürüten Kim ve Stoel de (2004) cevaplandırma süresinin müşteri memnuniyetinin önemli bir belirleyicisi olduğunu ortaya koymuştur.

Diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışma, web sitesi hizmet kalitesi boyutları ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi ceza-ödül karşıtlığı analizi ile incelemiştir. Sonuçlar, web sitesi hizmet kalitesine ait dört boyutun müşteri memnuniyeti açısından temel faktör olduğunu ortaya koymuştur. Diğer bir ifadeyle, bu özelliklerin performans seviyesinin düşük olması müşteri memnuniyetsizliğine yol açarken, performanslarını arttırmak müşterilerin memnun olmasını sağlamayacaktır. Çünkü bu özellikler müşteriler tarafından temel gereklilik olarak görülmektedir. İşletme yöneticilerinin yüksek müşteri memnuniyeti sağlayabilmesi için onları şaşırtacak yeni hizmet özellikleri (heyecan faktörleri) sunması gereklidir.

İşletme yöneticilerinin ürün özelliklerinin müşteri memnuniyetine etkisini tespit etmek amacıyla kullandıkları yöntemler (regresyon analizi, yapısal eşitlik modelleme gibi), genellikle ürün performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki olduğu varsayımına dayanmaktadır. Önceki birçok araştırmada (Matzler vd. 2004; Albayrak ve Caber 2013) olduğu gibi bu çalışmanın sonuçları da ilgili ilişkinin doğrusal olmayabileceğini ve dolayısıyla yöneticilerin kısıtlı kaynaklarını yanlış alanlara aktarabileceklerini ortaya koymaktadır. Diğer çalışmalarda olduğu gibi, bu çalışmanın da birtakım kısıtları mevcuttur. Öncelikle bu araştırmada kullanılan veriler akademisyenlerden, kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Bu sebeple sonuçlar

dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir. İleriki çalışmalarda ulusal havayolu işletmesinin tüm müşterilerini yansıtacak bir örneklemeden veri toplanması sonuçların genelleştirilmesini kolaylaştıracaktır. Ayrıca bu çalışmada sadece bir ulusal havayolu işletmesinin web sitesi hizmet kalitesi değerlendirilmiştir. İleriki çalışmalarda daha genellenebilir sonuçlara ulaşmak için birden fazla havayolu işletmesine ait web sitesinin değerlendirilmesi uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abou-Shouk, M.A. ve Khalifa, G.S. (2016). The Influence of Website Quality Dimensions on E-Purchasing Behaviour and E-Loyalty: A Comparative Study of Egyptian Travel Agents and Hotels, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1-16.
- Aladwani, A.M. ve Palvia, P.C. (2002). Developing and Validating an Instrument for Measuring User-Perceived Web Quality, *Information and Management*, 39 (6): 467-476.
- Albayrak, T. (2015). Ürün Özelliklerinin Performansı ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki Doğrusal ve Doğrusal Olmayan İlişkinin Karşılaştırılması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (1): 17-28.
- Albayrak, T. ve Caber, M. (2013). The Symmetric and Asymmetric Influences of Destination Attributes on Overall Visitor Satisfaction, *Current Issues in Tourism*, 16 (2): 149-166.
- Ali, F. ve Ali, F. (2016). Hotel Website Quality, Perceived Flow, Customer Satisfaction and Purchase Intention, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7 (2): 213-228.
- Anderson, E.W. ve Mittal, V. (2000). Strengthening the Satisfaction-Profit Chain, *Journal of Service Research*, 3 (2): 107-120.
- Byamba, B ve Chang, K.C. (2012). The Influence Factors of Online Purchase on Customer Satisfaction in Mongolian Airlines, *International Proceedings of Economics Development and Research*, 57 (15): 80-85. DOI: 10.7763/1PEDR.
- Caber, M., Albayrak, T. ve Loiacono, E.T. (2013). The Classification of Extranet Attributes in Terms of Their Asymmetric Influences on Overall User Satisfaction: An Introduction to Asymmetric Impact-Performance Analysis, *Journal of Travel Research*, 52 (1): 106-116.
- Cheung, C.M. ve Lee, M.K. (2009). User Satisfaction with an Internet-Based Portal: An Asymmetric and Nonlinear Approach, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60 (1): 111-122.
- Dedeke, A.N. (2016). Travel Web-Site Design: Information Task-Fit, Service Quality and Purchase Intention, *Tourism Management*, 54: 541-554.
- Elias, N.F., Mohamed, H. ve Arridha, R.R. (2015). A Study on the Factors Affecting Customer Satisfaction in Online Airline Services, *International Journal of Business Information Systems*, 20 (3): 274-288.

- Flavián, C., Guinaliú, M. ve Gurrea, R. (2006). The Role Played by Perceived Usability, Satisfaction and Consumer Trust on Website Loyalty, *Information and Management*, 43 (1): 1-14.
- Falk, T., Hammerschmidt, M. ve Schepers, J.J. (2010). The Service Quality-Satisfaction Link Revisited: Exploring Asymmetries and Dynamics, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38 (3): 288-302.
- Fassnacht, M. ve Köse, I. (2007). Consequences of Web-Based Service Quality: Uncovering A Multi-Faceted Chain of Effects, *Journal of Interactive Marketing*, 21 (3): 35-54.
- Füller, J. ve Matzler, K. (2008). Customer Delight and Market Segmentation: An Application of the Three-Factor Theory of Customer Satisfaction on Life Style Groups, *Tourism Management*, 29 (1): 116-126.
- Gefen, D. (2002). Reflections on the Dimensions of Trust and Trustworthiness among Online Consumers, *ACM Sigmis Database*, 33 (3): 38-53.
- Hausman, A.V. ve Siekpe, J.S. (2009). The Effect of Web Interface Features on Consumer Online Purchase Intentions, *Journal of Business Research*, 62 (1): 5-13.
- Herzberg, F., Mausner, B. ve Snyderman B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley and Sons.
- Ho, C.I. ve Lee, Y.L. (2007). The Development of an E-Travel Service Quality Scale, *Tourism Management*, 28 (6): 1434-1449.
- Hsu, S.H. (2008). Developing an Index for Online Customer Satisfaction: Adaptation of American Customer Satisfaction Index, *Expert Systems with Applications*, 34 (4): 3033-3042.
- <https://istatistik.yok.gov.tr/> Erişim tarihi: 9 Mayıs 2017.
- Jeong, M., Oh, H. ve Gregoire, M. (2003). Conceptualizing Web Site Quality and its Consequences in the Lodging Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 22 (2): 161-175.
- Johnston, R. (1995). The Determinants of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfiers, *International Journal of Service Industry Management*, 6 (5): 53-71.
- Kano, N., Seraku N., Takahashi F. ve Tsuji S. (1984). Attractive Quality and Must-Be Quality, *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14 (April): 39-48.
- Kim, H. ve Fesenmaier, D.R. (2008). Persuasive Design of Destination Web Sites: An Analysis of First Impression, *Journal of Travel Research*, 47 (1): 3-13.
- Kim, H. ve Niehm, L.S. (2009). The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing, *Journal of Interactive Marketing*, 23 (3): 221-233.
- Kim, S. ve Stoel, L. (2004). Apparel Retailers: Website Quality Dimensions and Satisfaction, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11 (2): 109-117.
- Lee, F.H., ve Wu, W.Y. (2011). Moderating Effects of Technology Acceptance Perspectives on E-Service Quality Formation: Evidence from Airline Websites in Taiwan, *Expert Systems with Applications*, 38 (6): 7766-7773.
- Lee, G.G. ve Lin, H.F. (2005). Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 33 (2): 161-176.
- Leece, P., Bhandari, M., Sprague, S., Swiontkowski, M.F., Schemitsch, E.H., Tornetta, P. ve Guyatt, G.H. (2004). Internet Versus Mailed Questionnaires: A Randomized Comparison (2), *Journal of Medical Internet Research*, 6 (3): e30, 1-10.
- Lin, H.F. (2007). The Impact of Website Quality Dimensions on Customer Satisfaction in the B2C E-Commerce Context, *Total Quality Management and Business Excellence*, 18 (4): 363-378.
- Loiacono, E.T., Watson, R.T. ve D.L. Goodhue. (2007). Web-Qual: An Instrument for Consumer Evaluation of Web Sites, *International Journal of Electronic Commerce*, 11 (3): 51-87.
- Long, M. ve McMellon, C. (2004). Exploring the Determinants of Retail Service Quality on the Internet, *Journal of Services Marketing*, 18 (1): 78-90.
- Matzler, K., Bailom, F., Hinterhuber, H.H., Renzl, B. ve Pichler, J. (2004). The Asymmetric Relationship Between Attribute-Level Performance and Overall Customer Satisfaction: A Reconsideration of the Importance-Performance Analysis, *Industrial Marketing Management*, 33 (4): 271-277.
- Matzler, K., Renzl, B. ve Rothenberger, S. (2006). Measuring the Relative Importance of Service Dimensions in the Formation of Price Satisfaction and Service Satisfaction: A Case Study in the Hotel Industry, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6 (3): 179-196.
- Matzler, K. ve Sauerwein, E. (2002). The Factor Structure of Customer Satisfaction: An Empirical Test of the Importance Grid and the Penalty-Reward-Contrast Analysis, *International Journal of Service Industry Management*, 13 (4): 314-332.
- Mittal, V., Ross, W.T. ve Baldasare, P.M. (1998). The Asymmetric Impact of Negative and Positive Attribute-Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions, *Journal of Marketing*, 62 (1): 33-47
- Nafchi, M.Z., Gandomani, T.J. ve Algunaid, A. (2014). A New Quality Model to Measure Quality of Airlines' Websites, *International Journal of Computer and Information Technology*, 3 (5): 1160-1164
- Parasuraman, A. ve Grewal, D. (2000). The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1): 168-174.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Malhotra, A. (2005). ES-QUAL a Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality, *Journal of Service Research*, 7 (3): 213-233.
- Setiandi, A. ve Sardjono, W. (2013). Analisis Kualitas Website pada Industri Penerbangan di Indonesia yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online (*Basilmamis Doktor Tezi*), Universitas Gadjah Mada.
- Shchiglik, C. ve Barnes, S.J. (2004). Evaluating Website Quality in the Airline Industry, *Journal of Computer Information Systems*, 44 (3): 17-25.
- Shia, B.C., Chen, M. ve Ramdanyah, A.D. (2016). Measuring Customer Satisfaction Toward Localization Website by Webqual and Importance Performance Analysis: Case Study on Aliexpress Site in Indonesia, *American Journal of Industrial and Business Management*, 6 (2): 117-128.

Wang, L., Law, R., Guillet, B.D., Hung, K. ve Fong, D.K.C. (2015). Impact of Hotel Website Quality on Online Booking Intentions: e-Trust as a Mediator, *International Journal of Hospitality Management*, 47: 108-115.

We are Social: Digital in 2016 <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> Erişim tarihi: 01 Aralık 2016.

Xie, Z.C. ve Barnes, S.J. (2008). Web Site Quality in the UK Airline Industry: A Longitudinal Examination, *Journal of Computer Information Systems*, 49 (2): 50-57.

Yang, Z., Cai, S., Zhou, Z. ve Zhou N. (2005). Development and Validation of an Instrument to Measure User Perceived Service Quality of Information Presenting Web Portals, *Information and Management*, 42: 575-589.

Yang, Z. ve Fang, X. (2004). Online Service Quality Dimensions and Their Relationships with Satisfaction: A Content Analysis of Customer Reviews of Securities Brokerage Services, *International Journal of Service Industry Management*, 15 (3): 302-326.



Özge KOCABULUT

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2013). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim dalından (2016) aldı, Doktora eğitimine de Akdeniz Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim dalında devam ediyor. Pamukkale Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2013). 2013 yılından itibaren Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Turizm İşletmeciliği, Hizmet Pazarlaması ve Kültürel Miras'tır.



Tahir ALBAYRAK

Kara Harp Okulu Komutanlığı Jandarma Genel Komutanlığı'ndan mezun oldu (1992). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme dalından (2004), doktora derecesini de Akdeniz Üniversitesi'nden İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme dalından aldı (2008). Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde çalışmaya başladı (2009). Doçentlik unvanını Pazarlama alanından aldı (2014). Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Turizm İşletmeciliği, Hizmet Pazarlaması'dır.

Moleküler Gastronomi Bilimsel Bir Disiplin, NbN Mutfak Bir Sonraki Mutfak Eğilimidir¹

Molecular Gastronomy is a Scientific Discipline, and Note by Note Cuisine is The Next Culinary Trend

Herve THIS*

* Académie d'Agriculture de France

Türkçeye çevirenler:

Şehnaz DEMİRKOL**, İbrahim ÇİFÇİ***

**Yardımcı Doçent Doktor, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, 34116, Fatih, İstanbul.

E-posta: sdemirkol@istanbul.edu.tr

***Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, 34116, Fatih, İstanbul.

E-posta: ibrahim.cifci@istanbul.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Anahtar sözcükler: Mutfak, Moleküler mutfak, Moleküler gastronomi, NbN mutfak.

Son yirmi yılda, moleküler gastronomi konusunda çok fazla kavram karmaşası yaşanmıştır. Bu karmaşıklık insanların gastronomi kelimesini mutfak ile eşdeğer kullanması ve gastronominin gıdalar hakkındaki bilgiler içeren bir disiplin olduğunu görmezden gelmesinden kaynaklanmıştır. 'Moleküler Biyoloji' ile benzer bir şekilde Moleküler Gastronomi, yiyeceklerin hazırlanması ve tüketimi esnasında meydana gelen olgulara araştıran bilimsel bir disiplindir. Dolayısıyla, diğer bilimsel disiplinlerde olduğu gibi, birçok uygulamayı da beraberinde getirmektedir. Bu alandaki uygulamaların ilki moleküler mutfak uygulaması, zamanla dönüşüm geçirmiş 1994 yılından bu yana 'NbN Mutfağı' olarak gelişimine devam etmiştir. İkincisi, yiyeceklerin kendilerini kullanmak yerine bitki ve hayvan dokularını ayrıştırılarak elde edilen saf bileşikler kullanılarak yiyeceklerin hazırlanmasına dayanmaktadır. NbN mutfak, bilim, teknoloji, beslenme, fizyoloji, toksikoloji ve politika olmak üzere çeşitli alanlarla da ilgilidir.

ARTICLE INFO

Key words: Cuisine, Molecular cuisine, Molecular gastronomy, Note by note cuisine.

ABSTRACT

For the past two decades, there has been much confusion about molecular gastronomy. This confusion has arisen because people ignore that the word gastronomy does not mean cuisine, it means knowledge about food. Similar to 'molecular biology', molecular gastronomy is a scientific discipline that looks for the mechanisms of phenomena occurring during dish preparation and consumption. As with any other scientific discipline, it can have many applications. One of the first was 'molecular cuisine' but since 1994, 'note by note cuisine' has also been promoted. The latter involves preparing dishes using pure compounds, or more practically mixture of compounds obtained by fractioning plant or animal tissues, instead of using these tissues themselves. Note by note cuisine raises issues in various fields: science, technology, nutrition, physiology, toxicology and politics.

MOLEKÜLER GASTRONOMİ

Moleküler Gastronomi (MG), 1988'de yeni bir bilimsel disiplin olarak, 'yiyeceklerin hazırlanması ve tüketimi esnasında oluşan olguların araştıran bilim dalı' şeklinde tanımlanmıştır (This 1995; 2003). Bu yeni tanım, moleküler gastronominin

içeriğinin ve diğer bilim dallarıyla olan ilişkisinin tartışma konusu haline gelmesine neden olmuştur.

Gıda konusunda bilim ve teknoloji arasında daima bir kavram kargaşası yaşanmıştır. Bu kavram kargaşası, gıdaların aslında tam olarak ne olduğunun tartışılmasına kadar varmaktadır. Sözlük anlamı olarak gıdalar şu şekilde tanımlanmaktadır: 'canlı varlıklara büyümeleri veya korunmaları için gerekli unsurları verebilen herhangi bir madde' (Trésor de la langue française

¹ Bu yazı, Hervé This (2013). Molecular gastronomy is a scientific discipline, and note by note cuisine is the next culinary trend, *This Flavour*, 2013, 2:(1): 1-8" künyesini taşıyan makaleden, izin alınarak çevrilmiştir.

2006). Bununla birlikte, insanlar nadiren dönüşüme uğramamış doğal ürünler yemektir. Ham gıdalar genellikle bir dönüşüm geçirdikten sonra tüketici ile buluştukları için, bu dönüşün neticesinde gıdada meydana gelen kimyasal ve fiziksel değişiklikler bütün yiyeceklerde olduğu gibi “biyoaktivite’de” de son yapıyı belirlemektedir. “Biyoaktivite’yi” ise duygusal etkiler, besin değeri, nihai toksik etkiler gibi besin sistemi tarafından ortaya çıkarılan çeşitli bileşikleri tanımlamaya yarayan bir terim olarak görebiliriz (This 2012).

Yiyecekler hazırlanırken, bitki veya hayvan dokuları en nihayetinde yıkanmakta, kesilmekte ve çoğu gıdalar ısıtılarak kullanılarak hazırlanmaktadır. Örneğin, ısısal bir işleme gerek duymayan basit bir havuç salatası için bile, tarladaki ham ürün ile tüketilen, yani bir tabakta rendelenmiş havuç arasında büyük bir fark bulunmaktadır: Çünkü dokuları kesmek enzimsel reaksiyonları tetiklemektedir (Zawistowski vd. 1991). Bu durum, havucu oluşturan bileşiklerin, yapının dış kısmı ve bitki dokusu arasında yer değiştirmesinden kaynaklanmaktadır (Cazor ve This 2006). Böylelikle, mutfakta dönüşüme uğramış ürünlerinin gıda olarak adlandırılmaması gerektiği söylenebilir. Hammaddeden nihai ürüne, yani yiyeceklerin oluşumuna kadarki dönüşüm süreci, hem bilimsel hem de teknolojik nedenlerden dolayı araştırmaya değer görülmektedir.

Kamuoyunun aşırı derecede ‘yiyeceklerdeki kimyasal’ dan korkması nedeniyle, MG açısından bilim ve pişirme arasındaki kavram karmaşasını gidererek bilim ve teknoloji arasındaki farkı netleştirmek özellikle önem arz etmektedir [Bkz. (Moleculargastronomynetwork 2013)], (bu durum aşağıda açıklandığı şekilde NbN (Note by Note) mutfağının gelişimi açısından önem arz etmektedir). Fransız kimyager Antoine-Laurent de Lavoisier, et-suyu hakkındaki makalesinde (De Lavoisier AL 1862-1893), bilim ve teknoloji gibi iki alanının aynı olguyu ifade etmediğini belirtmektedir. Bilimsel ve teknoloji alanda çok başarılı olan Fransız kimyager ve biyolog Louis Pasteur, uygulamalı bilimler ifadesine şiddetle karşı çıkmıştır (Pasteur 1924). Dolayısı ile bilim ve gıda dönüştürme teknolojisi arasında önemli

bir fark olduğunu söyleyebiliriz (This 2009). İkincisi, yemeğin hazırlanması ve tüketilmesi, yani moleküler gastronomi esnasında ortaya çıkan olgulara ilişkin bilimsel çalışmalar ile teknolojik uygulamalar birbirleri ile kıyaslanamayacak durumdadır. ‘Mutfak Bilimi’ veya ‘Pişirme Bilimi’ (This 2011) gibi cümlelerde kastedilen bu olguların genel anlamda mutfaktaki bilgi birikimini kast etmediği sürece kesinlikle yanlış olduğunu belirtmemiz gerekmektedir. Ayrıca, medyada sık sık karşılaşılan ifadelerin aksine ‘bilimsel şefler’ de doğru bir tanım değildir (Finedininglovers 2011). Elbette, moleküler gastronomi disiplinin geçmişte emsalleri olmuştur (This 1997) ve yiyeceklerin hazırlığı ve tüketimi esnasında ortaya çıkan pek çok kimyasal veya fiziksel olgu 1988’den önce de incelenmiştir (Bkz. Cadet 1733). Ancak, 1980’li yıllara kadar gıda bilimi pişirme süreçleri ile ilgilenmemektedir. Örneğin, klasik ders kitaplarından biri olan ‘Gıda Kimyası’ gıda dönüşümleri hakkında neredeyse hiçbir bilgi içermektedir [Bu durum en son baskısında bile hala geçerli bir durumdur] (Belitz ve Grosch 1999), et ile ilgili önemli bölümlerin % 0,5’inden az bir kısmında gıda dönüşümlerinden bahsedilmiştir (örneğin, et üzerinde ısıtılarak işlem uygulandığında çekme (küçülme) meydana gelmektedir); kitabın bölümlerinin çoğunda çiğ et bileşimi, yapısı veya sanayi ürünlerden (sosis, et özleri ve benzeri) bahsedilmiştir. Pişirilmiş şaraplar mutfaklarda yaygın olarak kullanılmasına rağmen (Fransız klasik soslarının% 48’si şarap içermektedir; J Henne, MB Fransa, K Belkhir ve HT), aynı ders kitabı ısıtılmanın şaraplar üzerindeki etkisi hakkında hiçbir bilgi içermemektedir.

Pişirme esnasında meydana gelen dönüşümlerin karmaşıklığı ve gıda endüstrisinin kendi alanı dışındaki araştırmalar için genel finansman eksikliği yaşamaması gibi konular nedeniyle gıda bilimi yavaşça katkı maddeleri ve gıda teknolojisi bilimine doğru yönelmiş ve bu nedenle de, casoulet, gulaş, hollandaise gibi sosların pişirilme esnasında üzerlerinde meydana gelen fenomenolojik olguların araştırması ihmal edilen bir konu olmuştur. Pişirme esnasındaki gıda dönüşümlerine gereken önemin verilmemesi nedeniyle, eski Oxford fizik profesörü Nicholas Kurti (1908-1998) ve ben Herve This, Mart 1988 tarihinde ye-

ni bir disiplininin oluşturulması gerektiğine karar verdik (This 1995).

O yıllarda gıda bilimlerindeki durum, daha önceki yıllarda moleküler biyolojinin içinde bulunduğu duruma benzerlik göstermekteydi. Moleküler biyoloji terimi ilk kez 1938'de Warren Weaver ve Rockefeller Vakfı tarafından finanse edilen programların anlatılması amacıyla kullanılmıştır. Basitçe yaşamsal süreçleri araştırmak amacıyla fiziksel bilimlerde geliştirilen tekniklerin uygulanması anlamına gelmekteydi (Baltimore 1933-1975). 1950'den önce bu terimi biyolojik moleküllerin yapıları, işlevleri ve oluşumlarının incelenmesi amacıyla kullanana William Astbury, 'moleküler biyoloji' olarak çalışmasını adlandıran ilk bilim adamıdır (Weaver 1970). Kurti ile aklımda olan şey az ya da çok aynıydı, ancak başka bir bilim alanı olarak moleküler ve fiziksel gastronomi adı uygun görülmüştür. "Haute cuisine"den ziyade 'insanoğlunun beslenmesi ile ilgili tüm akıllı bilgi' anlamına gelen 'gastronomi' kelimesinin başlıkta kullanılmasının nedeni son derece açıktır (Savarin 2006). Kurti'nin 1998'deki ölümünün ardından, disiplinin adı moleküler gastronomi olarak kısaltılmıştır ve Kurti'nin ismi disiplinin uluslararası toplantılarına atfedilmiştir.

Yeni ortaya çıkan bu alanın çekici olması ve bilimsel açıdan keşfe açık olması dikkat çekmektedir; yeni bir olgu keşfedilmek istendiğinde, bu yeni alanın keşfi oldukça kazançlı bir bahis olarak görülebilir, çünkü bu alan yeni olması nedeniyle oldukça keşfe açık olacaktır. Yeni bilgiler üretildiğinde, teknolojik uygulamalar yapmak mümkün hale gelmektedir. 2000 yılından bu yana, moleküler gastronomiye dayalı yenilikler neredeyse her ay tanıtılarak takdim edilmiştir (sıklıkla geçmişteki ünlü kimyagerlerin isimleri yeni çeşit yemeklere verilmiştir) (Pierre-Gagnaire 2012). Ancak, bu disiplinin başlangıç programı bilim ve teknolojiyi birbirine karıştırmaktan dolayı pek uygun görülmemektedir. 2000 yılında herhangi bir tarifi "teknik olarak yararsız bir bölüm", bir "tanım" ve "teknik ek bilgi" şeklinde üç bölüme ayrıştırılmıştır (This 1998). Bu bölümlerle ilgili olan son terim, yiyeceklerin hazırlanması için kesinlikle gerekli olmayan bilgileri (eski kocakarı hikâyelerini, atasözleri-

ni, ipuçlarını, bazı yöntemleri vb.) içermektedir (This 2010). Bundan birkaç yıl sonra bir yemeğin, insanlar tarafından değerlendirilirken tekniksel değil de sanatsal unsurlarının da göz önünde bulundurulduğunun farkına varılmıştır; Bu nedenle pişirmenin temel önem taşıyan sanatsal bir faaliyeti içerdiğini söyleyebiliriz. Pişirme ile ilgili aynı zamanda toplumsal bağlamın da çok önemli bir olgu olduğu anlaşılmıştır: Örneğin; bir yemeğin konukların yüzüne fırlatılması iyi bir durumu ifade etmemektedir. Bütün bu olgular, moleküler gastronomi için yeni bir program önerisine imkân tanımıştır:

1. 'Mutfak tanımlarını' bilimsel olarak keşfetmek;
2. Teknik ek bilgiler toplamak ve test etmek;
3. Pişirmenin sanat yönünü bilimsel olarak keşfetmek;
4. Pişirmenin sosyal yönünü bilimsel olarak keşfetmek (This 2004).

MUTFAKTAKİ UYGULAMALARI

Moleküler gastronominin tanıtıldığı ilk yıllarda, ben ve diğer bilim adamları kimya, fizik ve biyoloji gibi bilim dallarında kullanılan yöntemleri kullanarak mutfak uygulamalarını modernleştirmeye çalıştık (This 1994). Teknikleri modernize etme anlayışı, mutfak tarihinde birçok kez gündeme gelmiş bir konudur. Kurti 1969'da fiziksel tekniklerin kullanımından bahsetmiştir (Kurti 1969). Bense, 1980'lerin başından beri kimyasal araçların kullanımını önermekteyim (This 1995). Moleküler mutfak (veya moleküler pişirme) adı 1999'da, INICON adında bir FP5 Avrupa programının başında verilmiştir. Moleküler Mutfak, 'yeni araçlar, malzemeler, yöntemler kullanarak yiyecek üretmek' şeklinde tanımlanabilir (Horizon-2020 2003).

Bu tanımda, 'yeni' kelimesi, 1980'de batı ülkelerinin mutfaklarında bulunmayan unsurları ifade etmektedir. Yeni araçlar, köpük oluşturmak için kullanılan sifonları; emülsiyon yapmak için kullanılan ultrasonik sondaları; 100°C'den daha düşük sıcaklıklarda pişirme uygulamaları yapabilmek için kullanılan kontrollü ısıtıcılar veya sirkülatörleri; sıvı azot ile şerbetler yapmak ve daha pek çok yenilikçi hazırlık yapmayı; ekstraktları

iyileştirmek için kullanılan döner buharlaştırıcılar ve distilatörleri ve mutfaktaki yararlı uygulamalara sahip olabilecek diğer birçok laboratuvar ekipmanlarını içermektedir. Bileşenlerle ilgili olarak, 80'li yıllarda batı mutfaklarında kullanılmayan, ancak yararlı mutfak uygulamalarına sahip oldukları kanıtlanan sıvı içerikleri jelleştiren sodyum aljinat, agar-agar veya karegenan; çeşitli renklerdeki koku bileşikleri vb. tüm bu ürünler tam anlamıyla yeni değildir. Örneğin, jelleştirmede kullanılan ve çeşitli tatlı su yosunlardan üretilmiş jelleme ürünleri Asya'da binlerce yıldır kullanılmaktadır. Ayrıca, moleküler mutfakta kullanılan laboratuvar malzemeleri de yeni araçlar değildir. Ancak, bu zamana kadar batılı şefler tarafından teknik malzemeleri kullanarak mutfak uygulamalarını modernize etmek için kullanılmamıştır.

Yeni yöntemler açısından, çikolata chantilly, beaumés, gibbs, nollet, liebig, gay-lussac, brancnot veya vauquelins gibi bir dizi yenilikçi hazırlıkla oluşturulan (genellikle tarihteki bilim insanlarının isimlerinin verilmesiyle adlandırılmış) yiyecekler tanıtılmıştır (Pierre-Gagnaire 2012). Moleküler mutfak teriminin eleştirildiği zamanlar olmuştur, ancak moleküler mutfak kullanımındaki esas amaç yenilikçi mutfak uygulamaları ile bilim ve özellikle moleküler gastronomi arasındaki farkın ayırt edilmesinin gerekliliğidir. Moleküler mutfak teriminin yeni teknikler benimsenerek yok olma ihtimalinin bulunması nedeniyle isimler üzerindeki argümanlar pek önem arz etmemektedir. Örneğin şimdilerde bu tarz mutfak uygulamaları yeni bir fikir olan NbN mutfak ismiyle tanıtılmaya başlamıştır (This 1999).

BİR SONRAKİ MUTFAK EĞİLİMİ: NbN MUTFAK!

NbN mutfak ilk kez 1994 yılında [Scientific American dergisinde (This ve Kurti 1994) 25]] içecek ve yiyeceklerde şaraplar ve viskilerin içeriğindeki gibi paraetilfenol bileşikler kullanmaya başladığımda gündeme gelmiştir. Örnek olarak Et sosları 1-okten-3-ol; limonen; tartarik asit ve askorbik asit içermektedir. NbN mutfakının ilk önerisi yiyeceklerin geliştirilmesi ile ilgiliyen,

bir sonraki adımı yiyeceklerin tamamıyla bileşiklerden yapılması fikrine dayanmaktadır.

Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse, NbN mutfak yiyecekleri hazırlamak için et, balık, sebze veya meyveleri kullanmak yerine saf bileşikler veya karışımlar içeren bileşikler kullanılmaktadır. Elektronik müzik bu konuya bir benzetme olabilir. Elektronik müzikte trampet veya keman gibi müzik aletlerinin kullanılmasının yerine, salt ses dalgalarının birbirlerine karıştırılarak ses ve müziğin meydana getirilmesi söz konusudur. NbN mutfağındaki yiyeceklerin çeşitli aşamalarında aşçının yiyeceklerin şekillerini, renklerini, bazı zevkleri, koku maddelerini, sıcaklıkları, trigeminal uyarımı, dokuları, besin öğelerini ve daha fazlasını tasarlaması gerekmektedir (L'Hotellerie-Restauration 2009). Bu yeni mutfağın uygulanabilirliği, 24 Nisan 2009'da Fransız şef Pierre Gagnaire (dünya çapında bir düzine kentte restoranlara sahiptir: Paris, Londra, Las Vegas, Tokyo, Dubai, Hong Kong ...), tarafından Hong Kong'daki uluslararası basın toplantısı için ilk NbN mutfak uygulamasıyla hazırlanan yiyeceklerin sunulması ile kanıtlanmıştır. Daha sonraları, Mayıs 2010'da Alsas şehrinde Hubert Maetz ve Aline Kuentz isimindeki aşçılar tarafından Strazburg'daki Fransız-Japon Bilimsel Toplantısı'nda NbN mutfakta hazırlanmış iki yemek çeşidi katılımcılara sunulmuştur (Canal2tv 2010). Buna rağmen, Ekim 2010 tarihine kadar NbN mutfak uygulaması ile hazırlanan yiyecekler Paris'teki Cordon Bleu Okulu şefleri tarafından Gastronomide İleri Araştırmalar Enstitüsü'ndeki kurs programlarının katılımcılarına sunulmamıştır (Cordonbleu 2011). 26 Ocak 2011'de, Paris'te düzenlenen Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü Uluslararası Kimya Yılı etkinliğinin başlatılmasından önce düzenlenen bir ziyafette Potel et Chabot Catering Şirketi tarafından yaklaşık 150 kişiye NbN mutfak uygulaması ile hazırlanmış yiyecekler servis edilmiştir (Hotellerie-Restauration 2011). Aynı yiyecekler yine, Nisan 2011'de Paris'teki Michelin yıldızına sahip yaklaşık 500 şefe de servis edilmiştir. O zamandan bu yana NbN mutfak ile ilgili girişimlerin sayısını takip etmek artık zorlaşmaya başlamıştır.

NbN MUTFAĞA İLİŞKİN KONULAR

Birçok insan NbN mutfak uygulamaları hakkındaki endişelerine yönelik sorular sormaktadır. Besinler, oligo elemanları ve vitaminler bu mutfak uygulamasında ne durumdadır? Bileşikler tehlikeli midir? Yemekler sıvı formlar haline mi dönüşecekler? Bu yeni pişirme tekniği ile tarım uygulamaları son mu bulacak? Bu tarz her türlü argüman, geleneksel yiyeceklerin neden hala hayatımızda bulundurulması gerektiğini haklı çıkarmak için kullanılmaktadır. Aslında bu sorular önemli sorulardır ve NbN mutfak, ancak insanoğlunun 'gıda neofobisi' ile başa çıkabileceği takdirde başarılı olabilecektir (Pliner ve Hobden 1992): İnsan dışı diğer varlıkların da deneyimlediği bu refleks, bireyleri gençlik çağlarında "iyi" olarak nitelendirilip kendilerine öğretilen yiyecekleri kabul etmeye ve yeni yiyeceklerden korkmaya yönlendirmektedir. İnsan beyni, insan dışı varlıklarında yaptığı gibi yeni gıdaları reddetmemizi sağlamak yerine, yeni yemekleri reddetmek ve eski yemekleri meşrulaştırmaya bizleri yönlendirmektedir. Bu, geleneksel gıda maddelerinin 'erdemli' gösterilmediğinde bile yaşanmaktadır (EFSA Scientific Cooperation (ESCO) Report 2009). Bu konuyla ilgili en kötü gerekçe ise, bu besin türlerinin eski olduğu için güvenli olarak sayılmasıdır. Bu basit bir argümandır; geleneksel pişirme yönteminden olan tütsülenmiş ürünler göz önünde bulundurulduğunda, epidemiyologlar şimdilerde çok sayıda bu teknikle hazırlanan füme ürün tüketen kuzey Avrupa nüfuzunda sindirim sistemindeki kanserlerin görülme sıklığının yüksek olduğunu açıkça gözlemlemektedir.

Gıda neofobisi, NbN mutfağına olan ilgiyi azaltmak için iyi bir neden değildir. Neden geleneksel mutfağı bırakıp NbN mutfağını benimsemeliyiz? Bu durum gerçekten alternatif bir zorunluluk değildir; Moleküler mutfak anlayışında olduğu gibi, NbN mutfak anlayışını geleneksel mutfak anlayışı ile birleştirebiliriz. Ya da hybrid üretimler yapabiliriz...

TEKNİK KONULAR

NbN mutfak tekniği ile hali hazırda yiyecekler oluşturulmasından dolayı, NbN mutfağın uy-

gulanabilirliği konusunda daha fazla tartışmaya gerek bulunmamaktadır, ancak bu mutfak anlayışı içerisinde kullanılan bileşiklerin yapısını tartışmak zorundayız. Mutfak dünyasında su, sodyum klorür, sakaroz ve jelatin gibi çok saf bileşikler zaten kullanılmaktadır. Gıda üretimiyle ilgili bilgisi olmayan bir kişi, bu bileşiklerin çeşitli ekstraksiyon işlemleri, saflaştırma ve teknolojik modifikasyonlar (örneğin, sakaroz eklenen agregasyon önleyici bileşikler) yoluyla endüstri tarafından hazırlandığı gerçeğini görmezden gelmektedir (Belitz ve Grosch 1999).

Sakkaritler, amino asitler ve gliseridler gibi diğer pek çok bileşik aynı şekilde hazırlanabilir. Aslında gıda endüstrisi hali hazırda zaten bunlardan bazılarını kullanmaktadır. Gıda katkı endüstrisi pigmentler, vitaminler, koruyucular, jelleşme ve koyulaştırma maddeleri vb. üretmektedir. Katkı maddeleri günümüzde gıda maddeleri gibi bir düzenlemeye tabi tutulmamıştır, ancak gelecekte neden düzenlenmesin ki? Veya katkıların düzenlenmesi konusu görmezden gelinip, farklı birçok başka düzenlemeler mi getirilmelidir?

Saf bileşenlerden yemek yapmak zor bir işlemdir. Bu bağlamda müzik örneğimiz hatırlanacak olursa, yemek yapmanın bir alternatif yolunun da elektronik müzik yapmakla benzer olduğunu söylemiştik (Ircam 2010; Gelatin-Gmia 2013). Diğer bir deyişle, gıda endüstrinin hali hazırda süt ve tahıl ayrıştırması işleminde yaptığı gibi, basit karışımlar eklenerek kullanılabilir bileşiklerin listesi genişletilebilir. Örneğin, jelatin, yalnızca tek bir tür molekülden oluşmaması nedeniyle saf bir bileşik değildir. Jelatin yapmak için kullanılan ekstraksiyon (özünü çıkarma) yöntemi, polipeptit zincirlerinin moleküler ağırlığında büyük farklılaşmaya neden olmaktadır (Lorient ve Linden 1994). Ayrıca nişasta da saf bir bileşik değildir, çünkü amilozlar ve amilopektinler olmak üzere iki ana bileşikten meydana gelmektedir. Nişasta tahılın basit bir kısmıdır. Burada bahsetmişken unutmayalım, çoğu geleneksel pasta tekniği NbN mutfak uygulamaları kullanılarak geliştirilebilir.

Ayrıştırılmış ürünler hazırlamak için bitki veya hayvan dokularının 'parçalanması' konusuna geri dönelim. Endüstri hali hazırda polisakkarit-

ler, proteinler, amino asitler, yüzey aktif cisimleri ve tahıldan diğer bileşikleri ayrıştırmaktadır (Lorient ve Linden 1994). Endüstri sütten amino asitleri, peptidleri, proteinleri ve trigliseridleri elde etmektedir. Aynı şeyi bitkiden (havuç, elma, şalgam ...) veya hayvan dokularından yapamaz mıyız? Benzer tür işlemler ile (direkt veya ters osmoz, kriyokonsantrasyon veya vakum damıtma gibi yöntemler) NbN mutfak için kullanılabilirler ayrıştırılmış ürünler hazırlayamaz mıyız? Birçok teknoloji grubu bu konular üzerinde çalışmaktadır. Örneğin, Montpellier Enstitüsü National de la Recherche Agronomique Merkezi Laboratuvarında, üzüm suyundaki toplam fenolik ayrıştırmayı geri kazanmak için membran filtrelemesine dayanan teknikler geliştirilmiştir (Escudier 2010). Bu ayrıştırma işlemi hammaddeye bağlı olarak çok farklılık gösterebilmektedir: Örneğin, içeceğin özsuğu Syrah, Grenache veya Pinot çeşidinden olsa da, ilk ürünlerin çeşitliliği ayrıştırma işlemi ile yok olmamaktadır, böylece aşçılar 'te-ruar' ile oynayabilirler.

Bileşim maddeleri hakkında tartıştık, şimdi bunları yiyecekler ile birleştirmeyi düşünmeliyiz. Unutulmamalıdır ki günümüz gıda ürünleri genellikle içeriğinin büyük bir kısmın su barındırması kolloidal bir yapıya sahip materyal sistemlerdir (This 2005; This 2007). Birçok organik bileşik suda az çözünmektedir. Bu nedenle, emülsiyonlaştırmanın NbN mutfak için çok önemli bir işlem olduğu söylenebilir. Ancak kullanılan tek işlem bu değildir; tüm ayrıştırma teknikleri NbN mutfakta kullanılabilirler faydalı yöntemlerdir.

Oluşturma esnasında, gıdaların çeşitli biyolojik özelliklerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Elbette, beslenme içeriği önem arz etmektedir, ancak gıdaların, görme, koklama, tatma, trigeminal sistem ve sıcaklık gibi etkenler ile çeşitli duyu alıcılarını uyarmak zorunda olduğunu unutmak önemli bir hata olur (Roberfroid vd. 2007; This vd. 2012). Bu durum birçok merak edilen konuyu da beraberinde getirmektedir. Örneğin, bazı pigmentlerin birbirinden ayrı emilim renk yelpazesi bilinse bile (bazı pigmentlerin bireysel emilim spektrumu), bu pigmentlerin herhangi birinin karışımının renginin ne olacağını tahmin etmek teorik olarak zor bir işlemdir (This

2012). Ayrıca, koku bileşiklerini algılama eşiğine yakın oranlarda karıştırıldıklarında, öngörüle-meyen kokular elde edilebilmektedir. Daha da ilginç olanı, sadece iki koku bileşimini karıştırdığınızda neler olacağını bilmemekteyiz: bu bir 'akor' mu yoksa füzyon yani birleşme midir (Roberfroid vd. 2011)?

Tat algılama konusu bu durumdan daha karmaşık bir hale gelmektedir, çünkü tat algılayıcıları ve bu algılayıcıların alt bileşenleri bilinmemektedir (Salesse ve Gervais 2012); dil yapısının uzun doymamış zincirlere sahip yağlı asitler için algılayıcılara sahip olduğu yakın bir tarihte (on yıldan daha az) keşfedilmiştir (Laugerette vd. 2006). Bu durum, önemli farklı buluşların hala yapılabileceği anlamına gelmektedir! Bu arada, sitrik, malik, tartarik, asetik, askorbik veya laktik asitler veya glukoz, fruktoz veya laktoz gibi sakaritlerin yanı sıra geleneksel sakaroz kullanılabilir, ancak sonucu değerlendirebilecek deneysel testlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Trigeminal etkiler için, öjenol (karanfilden), mentol (sadece enantiomerlerinden biri), kapsaisin (biberden), piperin (biberden), etanol, sodyum bikarbonat ve diğerler bileşikler gibi trigeminal etkiler için bazı taze veya keskin bileşikler bilinmektedir. Ancak algılayıcılar hakkındaki bilgi birikimimiz yeni ürünlerin keşfedilmesine yarar sağlayabilir.

Yapısal açıdan, teknolojik çalışmalar yapılabilir, çünkü kolloidal ürünlerin üretimi için daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Basit emülsiyonlar yapmak bazen zor bir işlemdir, fakat daha genel anlamda, surimi ve benzeri sistemler olmasına rağmen, formüle edilmiş ürünlerin dokular haline getirilmesinin tam anlamıyla çözülmüş bir konu olmadığı bilinmektedir. Yeşil bir elmanın kıvamını ayarlayabilmekte kim başaralı olabilir ki? Ya da bir armuttun? Ya da bir çileğin? Benzer sorun sadece laboratuvar prototipleri için değil, seri üretim yapabilmek içinde geçerlidir.

Genel anlamda yapılması gereken birçok şey bulunmaktadır. NbN mutfak uygulamalarının pek çok yönü bilim ve teknoloji açısından incelenmeye devam edilmektedir. Bu paragrafı önemli bir yorum ile tamamlayalım: Hali hazır-

da var olan gıda maddelerini üretmek ilgi çekici olmazdı. Sintizayzırların bir piyanonun veya bir kemanın seslerini yeniden üretebildiği gibi, NbN mutfakta şaraplar, havuçlar veya etleri yeniden oluşturabilir. . . Fakat niçin oluştursun ki? Uzun süreler boyunca seyahat etmek zorunda kalan astronotların haricinde, muhtemelen hâlihazırda zaten var olanı yeniden üretmek hiç kimse için herhangi bir değer ifade etmeyecektir. Hatta geleneksel gıda katkı maddeleri kullanılarak daha önce üretilmemiş lezzetleri veya yiyecekleri araştırmak çok daha heyecan verici olabilir (This 2003).

Basit bir hesaplama, keşfedilebilecek olanın sınırsızlığını gösterebilmektedir. Geleneksel gıda katkı maddesi sayısının 1.000 ve geleneksel bir tarifin yaklaşık 10 katkı maddesini kullanıldığı varsayılırsa, üretilebilecek yiyeceklerin olasılıklarının sayısı 1.000 üstü 10'a çıkacaktır (ya da 1030). Bununla birlikte, bileşenlerde bulunan bileşiklerin sayısının yaklaşık 1,000 olduğunu ve NbN mutfak uygulamalarında kullanılacak bileşiklerin sayısının 100 seviyesinde olduğu varsayılırsa olasılık sayısı yaklaşık 103000 olacaktır. Ayrıca bu hesaplamalarda, her bir bileşiğin konsantrasyonunun uyarlanabileceği de hesaba katılmamıştır. Bu, yepyeni bir lezzet kıtasının keşfedilmesi anlamına gelmektedir.

BESLENME İLE İLGİLİ KONULAR

Burada şunu söyleyerek başlamalıyız ki, geleneksel yiyecekler sağlıklı olmayı garanti etmemektedir. Dünyanın obezite hastalığı ile karşı karşıya olduğu unutulmamalıdır (International Obesity TaskForce 2003)! Elbette bazıları modern beslenme alışkanlıklarını eleştirecektir, ancak yeni gıda çerçevesinin modern yaşam anlayışı içerisinde insanlar için uygun olmadığını gözlemlemek daha uygun olacaktır. Nitekim insanoğlu birçok kez bolluk ve kıtlık ile karşı karşıya kalmıştır (Elsis 2002) ve genetik beslenme bilimi günümüzde insan vücudunun bu koşullar ile yüz yüze kalabileceği mekanizmaları ortaya koymaktadır (Meugnier vd. 2007). Örneğin çok fazla yiyecek tüketmek sandığımız gibi boşaltım sisteminin daha iyi çalışmasına neden olmaz, bunun aksine vücutta yağ depolanmasını arttıracaktır.

Şimdi neden NbN mutfağının beslenme açısından ilginç olabileceğini göz önünde bulunduralım. Bu soru, 'light ürünler' yapmakla ilgili bir durumdur. Tatlandırıcıların kullanımı aşırı tüketime neden oluyor mu? Bu konuyla ilgili önceki çalışmalar, NbN mutfağının uzun vadeli etkilerinin incelenmesine neden olmaktadır.

Açıkça görülmektedir ki, beslenme bilimi hala vitamin, oligoelement ve küçük besin maddelerinin kullanımı ile ilgili cevaplanması gereken birçok soruya sahiptir. Yiyeceklerdeki bu elementler ile ilgili her şeyi bildiğimizi düşünmek yanlış olurdu. Örneğin, Avrupa'da E vitamini takviyesi ile ilgili yapılan bir araştırma, sigara içen ve E vitamini (belirli antioksidan özelliklere sahip bir grup hidrofobik bileşik) takviyesini almayı kabul eden katılımcı grubunda daha yüksek bir ölüm riski oranı izlenmesi nedeniyle durdurulmak zorunda kalmıştır (Yusuf vd. 2000).

TOKSİKOLOJİ

NbN mutfak uygulaması toksikoloji meselesini de göz önünde bulundurmanız gerektiğini bizlere düşündürmektedir. Özellikle, düşük dozda bileşiklerin uzun süre tüketilmesinin sonuçlarının neler olabileceği ile ilgili daha fazla araştırma yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alanda sitokrom P450 polimorfizminin ya da son zamanlarda yosunlar tüketildiğinde, yosunların barındırdığı bakteriler ile insan bağırsağındaki bakteriler arasındaki gen transferleri gibi faydalı etkilerin sıkça bulunduğu bilimsel çalışmaların potansiyeli çok fazladır (Hehemann vd. 2008).

Garip bir durumda estragole (kimyasal bileşenler) ile ilgilidir; tarhun otu ve fesleğenin uçucu yağlarının toplam bileşiminin %50'sinden fazlasını oluşturan estragole (kimyasal bileşenler) 'dır (Nesslany vd.2010). Bu bileşiğin hidroksil türevi toksik görünmektedir (Anthony vd. 1987), ancak çoğunlukla bu tür bitkileri tüketen popülasyonlarda karaciğer kanseri vakası görülmemesinin nedeni anlaşılammıştır (Nesslany vd. 2010).

Toksikolojik bakış açısıyla, NbN mutfak, hayvan ve bitki dokularının hiçbir zaman tadının bilinmediği geleneksel mutfaklardan farklı olmayacaktır. Modern gıdaların geleneksel yiyeceklerle göre daha fazla üzerinde çalışıldığı modern

beslenme alışkanlığının bir paradoksudur. Bazı geleneksel gıdaları günümüzde sunulsa, tüketimlerine imkân verilmeyebilirdi.

NbN mutfağı, toksik bileşikleri kullanmayarak toksisiteden uzak durabilir. Örneğin, benzopirini gıdalardan uzaklaştırabilir veya hindistancevizi kökenli toksik miristik zehirlenmeyi (6-allil-4-metoksi-1,3-benzodioksole) estragole; patateslerden ve domateslerden elde edilen glikoalkaloidleri; lahana glukozinolatlarını; bitki dokularından bazı fenolikleri ve benzeri maddeleri önleyebilir (Bruneton 2001). Ancak, insanlar, mangalda pişirilen ve içeriği benzopirin dolu yiyecekleri tüketmeye devam etmek isteyerek dilediklerini yapmakta yine de özgürdürler!

Gıda ürünlerinin düzenlenmesi ile ilgili konular sıvı azot, ultrasonik sondalar ve döner buharlaştırıcıların 'moleküler aşçılara' satılması konusuyla benzer olacaktır. Uygulamalardaki bu gelişmeler gaz ve elektriğin evlerde kullanılmasına benzer şekilde yeni düzenlemelere ihtiyaç duyulmasına neden olacaktır. NbN mutfak ürünlerinin geleneksel mutfaktaki bıçak veya gazdan daha tehlikeli olmaları nedeniyle değil de, mutfak dünyasındaki her toplumda belirli oranda sıvı bir azotu kapalı bir şişeye koyan Alman bir adam gibi dikkatsiz insanların bulunması nedeniyle kesinlikle bazı kazaların olacağını kabul edebiliriz (The Telegraphy 2009)!

Öncelikle, bu tartışmadan elde etmeyi önerdiğim olgu, bilimsel ve teknolojik konuların birbirinden çok farklı olarak düşünülmesi gerektiğidir. Bu bileşiklerin vücut üzerindeki etkisini öğrenmenin zamanı geldi.

SANAT, ÖNCELİKLİ!

Sanat karmaşık bir kavramdır, ancak basitleştirebilmek adına, mutfak sanatının da resim, müzik, heykel, edebiyat ve diğer sanatlardaki gibi duygular yaratmaya yönelik olduğunu iddia edebiliriz (This ve Gagnaire 2008). Sanatçıların eserlerine yeni fikirler getirmeyi hiç bırakmadıkları gibi gurmeler de yeni tatlar ve yeni hislerin peşinden gitmeyi terk etmeyeceklerdir. Bu bağlamda, NbN mutfağı yeni olanaklar yaratabileceği için gurmeleleri memnun edebilir.

NbN mutfağı zor mudur? Elbette ki aşçılar, kendilerine sunulan malzemelerin listesine daha fazla aşına olmak zorunda kalacaklardır, ancak yeni tarifler tanıtılmaya devam ettikçe bu iş giderek daha da kolaylaşacaktır. Her NbN mutfak etkinliği düzenlediğimizde, aşçıların bilmediği bileşikler kullanması gerekmektedir, ancak zamanla bu ürünleri yeni lezzetler ile dikkate değer yiyecekler yapmak için kullanmayı öğrenmişlerdir. Elbette, bu yemeklerin lezzetini tarif etmek pek mümkün değildir. Göremediğiniz birine mavi rengi nasıl tanımlayabilirsiniz? Ayrıca yemeklere isim vermekte zor bir işlemdi, parfüm sektörü (N° 5, Chanel, Shalimar, vb.) bu sorununun üstesinden gelmemize yardımcı olmuştur.

Geleneksel güveç, cassoulet ya da choucroute'u kaybetmekten korkan bireylere modern sanatın eski sanatın yerini alamadığını aksine ona daha fazla özgürlük ve daha fazla seçenek kazandırarak yenilik kattığının belirtilmesi gerekmektedir. Debussy, Mozart veya Bach'ı yok etmemiştir; Picasso ve Buffet bizlerin Rembrandt'a ya da Brueghel'e hayran olmasını engellememiştir. Ya da moleküler mutfak, yenilikçi mutfak veya geleneksel mutfak anlayışlarını yok etmemiştir. NbN mutfak gastronomi dünyasında sadece sanatsal bir katkıdır.

EKONOMİ

NbN mutfağın maliyeti ne düzeyde olacaktır? NbN mutfağın maliyeti şu anki mutfak uygulamalarından daha fazla mı olacaktır? NbN mutfağının başarısı için bir sonraki ek bir maliyet artışının belki de kilit unsur olabileceği düşünüldüğünde, enerji konusunun dikkate alınması gerektiği açıkça görülecektir. Günümüzde, şefler herhangi bir sos hazırlarken şarap veya bulyonu "yoğunlaştırmak" amacıyla suyu buharlaştırmaktadırlar (Ancak buharlaştırma nedeniyle birçok koku bileşeni de kaybolmaktadır). Profesyonel bir aşçının yaptığı gibi, bir yoğunlaştırma işleminin üçte iki oranında olması gerektiğini varsayarsak, basit bir hesaplama, tüketilen enerjinin 0,417 kWh olduğunu ve bununla sos başına 0,05 Euro gibi bir miktara tekabül eden bir rakama denk geldiğini göstermektedir (This 2012).

Enerji maliyeti sorunu, etlerin 200° C'den daha yüksek bir sıcaklıkta ısıtıldığı geleneksel mutfaklarda dikkate alınmamaktadır; ancak NbN mutfak yöntemiyle, kitlesel halde üretilmiş bileşikler çok daha düşük bir maliyetle üretilebileceği söylenebilir.

Buna ek olarak, aşçılar tarafından kullanılan tüm bileşiklerin sentezlenmesi gerekmemektedir. Günümüzde klorofiller gibi bu bileşikler, bitki materyallerinin özünden elde edilebilmektedir. Kimyagerler, B12 vitamini sentezlemek için yüzlerce kimyager yılının gerekli olduğunun farkındadırlar (Woodward 1973), bu nedenle etkili bir kimyasal yöntemin yokluğunda tarım ve bitkilerin özütünü elde etmek için kullanılan ekstraksiyon uygulamaları en etkili yöntemlerdir. NbN mutfak, sentezlenmiş veya özü çıkarılmış ürünleri, nereden geldiklerine bakılmaksızın kullanabilir.

SİYASAL VE TOPLUMSAL KONULAR

NbN mutfağının ilk uygulamaları, 'kimyasallar' yiyebileceğimiz gibi deli bir düşünce nedeniyle kaçınılmaz olarak korku yaratmıştır. Tam bu noktada, örneğin konu genetiği değiştirilmiş organizmalara gelince, politik fikirler hâlihazırda üzerinde tartışılan başka konular ile birbirine karışmaktadır. NbN mutfak yalnızca iyi anlatıldığında veya açlık sıkıntısı çeken ülke vatandaşlarının bile ret ettiği bir zamanda Augustin Parmentier'in Fransa kralına patates yemeği kabul ettirdiği gibi bir "otorite argümanı" kullanıldığı takdirde başarılı olabilir (SanterreBaillet 2010). Ancak, genetiği değiştirilmiş organizmalarda olduğu gibi, NbN mutfağının insanlık için dezavantajlı olacağından korkmalı mıyız? Olası düşük olsada tüm gıdalar, NbN mutfak kullanılarak yapıldığında çiftçiler nasıl geçimlerini sağlayabilirler? Bu sorular kimyagerlerin cevaplayabileceğinden çok daha fazlasını içermektedir, ancak bu konular şu hususu gündeme getirmektedir: İnsanların üzüm satmak yerine, şarap üretmek para kazanmalarına benzer şekilde; çiftçiler de bugün hammadde satmak yerine, bitkilerden damıtılarak oluşturulan bileşikler üretmek daha fazla kar elde edebilirler.

Son olarak, NbN mutfağının değerini takdir ederken, insanlığın bir enerji kriziyle karşı kar-

şıya olduğunu belirtmek de gerekmektedir. Geleneksel mutfağın sürdürülebilir oluşunun kesin olmadığı (ki değil!) bir ortamda (Bruneton 2001); yeni usuller her zaman eskisine galip gelmektedir. Süt ve buğday ürünleri için tarım ve çiftçilik ürünlerinin bileşiklerinden ayrıştırılması işlemi, hali hazırda kullanılan normal bir işlemdir (Lorient ve Linden 1994). Neden havuç ve elmalar içinde benzer işlemler yapılmasın ki? Günümüzde NBN mutfağına yönelik yapılan eleştiriler yarım yüzyıl önce elektronik müziğe karşı yapılan eleştiriler ile benzerlik göstermektedir; ancak radyoda bugün ne tarz bir müziğin çaldığının farkında mısınız? Diğer bir deyişle, şuanda Varèse ve diğer zamane müzisyenlerinin elektronik müzik üzerinde çalışma yaptıkları 1947'deki müzik endüstrisinin içinde bulunduğu duruma benzer bir durumun içerisindeyiz (This 2012).

KAYNAKÇA

- Anthony, A., Caldwell, J., Hutt, A.J. ve Smith, R.L. (1987). Metabolism of Estragole in Rat And Mouse And Influenza To Contain Toxic, Addictive, Psychotropic Or Other Substances Of Concern, *EFSA Journal*, 7 (9):281.
- Escudier, J.L., Bes, M., Mikolajczak, M., Bouissou, D. ve Samson, A. (12 Mart 2010). *The Future Of The Wine Sector*, <http://www.liendelavigne.org/HOME/ANG/DefaultANG.htm>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Finedininglovers. (14 Aralık 2011). *Daniel Facen, The Scientific Chef*. <http://www.finedininglovers.com/stories/molecular-cuisine-science-kitchen>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Gelatin-Gmia. (01 Ocak 2013). *Gelatin Manufacturers Institute of America homepage*. <http://www.gelatin-gmia.com>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Hehmann, H., Correc, G., Barbeyron, T., Helbert, W., Czjzek, M. ve Michel, G. (2008). Transfer of Carbohydrate-Active Enzymes From Marine Bacteria To Japanese Gut Microbiota, *Nature*, 464: 908-912.
- Horizon-2020. (01.01.2003). *Introduction of Innovative Technologies in Modern Gastronomy for Modernization of Cooking*, <http://www.ist-world.org/ProjectDetails.aspx?ProjectId=2df59ae3a55d4c14a67d63e25d73748d>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Hotellerie-Restauration. (09 Şubat 2011). *Centre de Ressources Nationales Hotellerie Restauration: Ça vient d'avoir lieu!*, <http://www.hotellerie-restauration.ac-versailles.fr/spip.php?article1615>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- International Obesity TaskForce. (2003). *Waiting for a green light for health? IOTF Position Paper*. Londra: IOTF.
- Ircam. (01 Haziran 2010). *Institute de Recherche et Coordination Acoustique/Musique*, <http://www.ircam.fr/recherche.html>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.

- Kurti, N. (1969). Friday Evening Discourse At The Royal Institution: The Physicist in The Kitchen. *Proceedings of the Royal Institution*, 42/199: 451–467.
- L'Hotellerie-Restauration. (06 Mayıs 2009). *Menu Constructivisme Culinaire Pour Pierre Gagnaire*, <http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/restauration/2009-05/Menuconstructivisme-culinaire-pour-Pierre-Gagnaire.htm>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Laugerette, F., Passilly-Degrace, P., Patris, B., Niot, I., Montmayeur, JP. ve Besnard, P. (2006). [CD36, a major landmark on the trail of the taste of fat], *Med Sci*, 4 (22): 357–359.
- Lorient, D. ve Linden, G. (1994). *Biochimie Agro-industrielle*. Paris: Masson.
- Mark, R. E. (09 Şubat 2002). *Starvation.net Homepage. The Three Top Sins Of The Universe*, <http://www.starvation.net/>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Meugnier, E., Bossu, C., Oliel, M., Jeanne, S., Michaut, A., Sotthier, S., Brozek, J., Rome, S., Laville, M. ve Vidal, H. (2007). Changes in Gene Expression in Skeletal Muscle in Response To Fat Overfeeding in Lean Men, *Obesity*, 15 (11):2 583–2594.
- Moleculargastronomynetwork. (01.01.2013). "Molecular gastronomy Network Homepage", *That Some Merchants are doing, Using The Name Of A Trendy Scientific Discipline For Their Business*, <http://www.moleculargastronomy-network.com/recipes.html>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Nessler, F., Parent-Massin, D. ve Marzin, D. (2010). Risk Assessment Of Consumption Of Methylchavicol And Tarragon: The Genotoxic Potential in Vivo And in Vitro, *Mutat Res*, 696 (1): 1–9.
- Ohshima, H., Friesen, M., Malaveille, C., Brouet, I., Hautefeuille, A. ve Bartsch H. (1989). Formation of Direct-Acting Genotoxic Substances in Nitrosated Smoked Fish And Meat Products: Identification of Simple Phenolic Precursors And Phenylidiazonium Ions As Reactive Products, *Food Chem Toxicol*, 27 (3):193–203.
- Pasteur, L. (1924). *Note sur l'enseignement Professionnel, Adressée à Victor Duruy, 10 nov. 1863. In OEuvres Complètes*. Paris: Masson, 187. t.7.
- Perram, CM., Nicolau, C. ve Perram, JW. (1977). Interparticle Forces In Multiphase Colloid Systems: The Resurrection Of Coagulated Sauce Béarnaise, *Nature*, 270: 572.
- Pierre-Gagnaire. (01 Mayıs 2012). *Dictons, Davoir et Gourmandise*, http://www.pierregagnaire.com/#/pg/pierre_et_herve, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- Pliner, P. ve Hobden, K. (1992). Development of a scale To Measure The Trait Of Food Neophobia in Humans, *Appetite*, 19 (2): 105–120.
- Rietjens, M., Martena, MJ., Boersma, MG., Alink, GM. ve Spiegelberg, W. (2005). Molecular Mechanisms Of Toxicity Of Important Food-Borne Phytotoxins, *Mol Nutr Food Res*, 49 (2): 131–158.
- Roberfroid, M., Coxam, V. ve Delzenne, N. (2007). *Aliments Fonctionnels*. Paris: Lavoisier Tec et Doc.
- Salesse, R. ve Gervais, R. (2012). *Odorat et goût*. Paris: Quae; 439–449.
- SanterreBaillet. (01 Ocak 2010). *Histoire de Montdidier*, <http://santerre.baillet.org/communes/montdidier/v2b/v2b4c02b54.php>, Erişim tarihi: 6 Temmuz 2012.
- The Telegraphy. (14 Temmuz 2009). *German Heston Blumenthal Blows Off Both Hands in Liquid Nitrogen Kitchen Accident*, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/5821433/German-Heston-Blumenthalblows-off-both-hands-in-liquid-nitrogen-kitchen-accident.html>, Erişim tarihi: 01 Ocak 2013.
- This, H. (1995). *La Gastronomie Moléculaire et Physique (Basilmanış Doktora Tezi)*. Paris: VI University.
- This, H. (1997): *Une Petite Histoire de la Gastronomie Moléculaire*. Papilles (Roanne), 13: 5–14. Geoffroy Le Cadet M: *Mémoires de l'Académie Royale, Histoire de l'Académie Royale des Sciences, Année MDCCXXX*, 312. Amsterdam: Pierre Mortier; 1733.
- This, H. (1998). *La Gastronomie Moléculaire et l'avancement de l'art Culinaire*. Sciences, *Publication de l'Association Française pour l'Avancement des Sciences (AFAS)*, 98 (7): 3.
- This, H. (1999). Froid, Magnétisme et Cuisine: Nicholas Kurti (1908-1998, Membre d'honneur de la SFP), *Bulletin de la Société Française de Pphysique*, 119 (5): 24–25.
- This, H. (1999). *La Gastronomie Moléculaire et ses Applications: Keynote lecture of the Doctoriales de l'Université de Haute Alsace*.
- This, H. (2003). *La Gastronomie Moléculaire, Sciences des Aliments*, 23 (2): 187-198.
- This, H. (2003). *La Gastronomie Moléculaire, Sciences des Aliments*, 23 (2): 187-198.
- This, H. (2004). *Molecular Gastronomy: A Scientific Look To Cooking*. İçinde: S. Halldor (Editör) In *Life Sciences in Transition, Special Issue of the Journal of Molecular Biology*. Cambridge: Elsevier Science Ltd; 150.
- This, H. (2005). *Modelling dishes And Exploring Culinary 'Precisions': The Two Issues of Molecular Gastronomy*, 93 (4): 139-146.
- This, H. (2007). *Formal Descriptions For Formulation, Int J Pharmaceut*, 344 (1–2): 4–8.
- This, H. (2008). *Descriptions Formelles, Pour Penser et Pour la Formulation, L'Actualité Chimique*, 322 (8): 11–14.
- This, H. (2009). *Cours de Gastronomie Moléculaire N°1: Science, Technologie, Technique (Culinaires): Quelles Relations?*, Paris: Quae/Belin.
- This, H. (2010). *Cours de Gastronomie Moléculaire N°2: les Précisions Culinaires*. Paris: Belin Litterature et Revues.
- This, H. (2011). *Molecular Gastronomy in France, Journal of Culinary Science & Technology*, 9 (3): 140.
- This, H. (2012). *Apprenons Enfin à Cuisiner de la Couleur! In La Couleur des Aliments, de la Théorie à la Pratique*. Jacquot M.: M, Fagot P. ve Voilley A. (Editörler) Paris: Tec et Doc Lavoisier: 431–443.
- This, H. (2012). *La Cuisine Note à Note en 12 Questions Souriantes*. Paris: Belin.
- This, H. (2012). *Solutions are Solutions, And Gels Are Almost Solutions, Pure Appl Chem., ASAP article*. <http://dx.doi.org/10.1351/PAC-CON-12>, Erişim Tarihi: 09 Ekim 2012.
- This, H. ve Gagnaire, P. (2008). *Cooking: The Quintessential Art*. Los Angeles: University of California Press.
- This, H. ve Kurti, N. (1994): *Physics and Chemistry in the Kitchen, Sci Am*, 270 (4): 44–50.
- This, H. ve Kurti, N. (1995). *The Cooking Chemist, The Chemical Intelligencer*, 1: 65.

This, H., Salesse, R. ve Gervais, R. (2012). Gastronomie Moléculaire et Olfaction. In *Odeur et Goût*. Paris: Quae: 439-449.

Trésor de la Langue Française. (2006). *Electronic Version*, <http://atilf.atilf.fr/tlf.Htm>, erişim tarihi: 01 Ekim 2006.

Weaver, WT. (1970). Molecular Biology, Origins Of The Term, *Science*, 170: 591-592.

Woodward, RB. (1973). The Total Synthesis Of Vitamin B12, *Pure Appl Chem*, 33 (1): 145-178.

Yusuf, S., Dagenais, G., Pogue, J., Bosch, J. ve Sleight, P. (2000). Vitamin E Supplementation And Cardiovascular Events in High-Risk Patients, The Heart Outcomes Prevention Evaluation Study Investigators, *New Eng J Med*, 342 (3):154-160.

Zawistowski, J, Biliarderis, CG, Eskin NAM. (1991). Polyphenoloxidase. İçinde: DS Robinson, NAM Eskin (Editörler). In *Oxidative Enzymes in Food* (ss. 217-273). Londra: Elsevier Applied Science.



Herve THIS

Birçok mutfak akademisine ve araştırma enstitüsüne üyeliği bulunan yazar, Académie d'Agriculture de France' da Gıda Bölümü Başkanıdır. Aynı zamanda Moleküler Gastronomi disiplinin kurucudur ve halen Moleküler Gastronomi üzerinde çalışmalarını aktif bir şekilde devam ettirmektedir. Çalışmaları önde gelen kimya ve gastronomi dergilerinde yayımlanmıştır. Ayrıca birçok dile çevirisi de yapılmış olan toplamda 18 adet kitap yazmıştır. Halen Ordre des Palmes Académiques, 'da görev yapmaktadır.



Şehnaz DEMİRKOL

1988 yılında İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD'de yüksek lisansını ve 1991 yılında doktora eğitimini tamamlamıştır. Yazar, 1996 yılında Sakarya Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü'ne öğretim üyesi olarak atanmıştır. 1999-2000 yılları arasında İngiltere'de Liverpool University'de misafir öğretim üyesi olarak bulunmuştur. Yazar, 2006 yılından beri İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda görevine devam etmektedir.



İbrahim ÇİFÇİ

2012 yılında Sakarya Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümünde turizm eğitimini tamamlamıştır. 2014 yılında İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD'de yüksek lisansını eğitimini tamamlayarak aynı yıl İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü'ne araştırma görevlisi olarak atanmıştır. Yazar, 2015 yılında İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine başlamış ve halen aynı kurumda doktora eğitimine devam etmektedir.

Yaşlılık ve Rekreasyon

İpek AYDIN, Özkan TÜTÜNCÜ

Dokuz Eylül Üniversitesi
Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu

GİRİŞ

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de nüfus günden güne yaşlanmakta ve yaşlı nüfusun genel nüfus içindeki yeri artmaktadır. Ülkemizde doğumda beklenen yaşam süresi 2017 yılında 77,3 yıl iken nüfus projeksiyonlarında beklenen yaşam süresinin 2023 yılında 77,9 yıl olması öngörülmektedir (TUİK 2017). Bunun yanında, 65 yaş ve üzeri nüfusun 2016 yılında genel nüfusa oranı 8,3 iken 2023 yılında 10,2 ve 2050 yılında 20,8 olacağı senaryolarda öngörülmektedir (TUİK 2013; TUİK 2016). Ortalama ömrün uzaması, doğurganlık hızının düşmesi ve buna bağlı olarak yaşlı nüfusunun genel nüfus içindeki payının günden güne artması, yaşlılık ve beraberinde yaşlıların yaşadığı problemlerin de ele alınması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu nedenle daha uzun ve daha sağlıklı nasıl yaşanacağı üzerinde düşünülmelidir (Fraga ve diğ. 2011). Yaşlanan nüfus ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmekle birlikte, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde yaşlıların yaşam kalitesi ile ilgili çeşitli çalışmalar da gerçekleştirilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, yaşlanan nüfusun yaşam kalitesinin yükseltilmesi, sağlığın geliştirilmesi ve tedavi süreçlerine rekreatif faaliyetlerin etkisi ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların taranması ve yaşlılıkta rekreatif faaliyetlerin önemini belirlemeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sağlık bireyin yalnızca hastalık veya sakatlık durumunun olmayışı değil, zihinsel, fiziksel ve sosyal yönden tam bir iyilik halidir (WHO 2005). Yaşlı sağlığı ise bireyin yaşamının sonuna kadar fonksiyonel bağımsızlığını sürdürmesidir (Va-

le ve diğ. 2009). Yaşamın her anında olduğu gibi bireyler, yaşlılık dönemlerinde de kendilerini fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan iyileştirecek ve geliştirecek bir takım faaliyetleri gerçekleştirmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Havighurst ve arkadaşları (1968) tarafından geliştirilen "Faaliyet Teorisi" başarılı bir yaşlılık için bireyin emeklilik zamanında üretkenliğinin kaybolmaması için aktif yaşam biçimini içselleştirmeye odaklanmaktadır. Bu kapsamda Rowe ve Kahn (1997) bu teorinin temel bileşenlerini ortaya koymuşlardır. Hastalıktan kaçınma, fiziksel ve bilişsel fonksiyonların korunmasını sağlayabilen bireyler, başarılı bir yaşlanmanın ön şartlarını gerçekleştirmiş olmaktadır (Rowe ve Kahn 1997). Bu teoride, yaşama katılımın iki bileşeni vardır. Bunlardan ilki, yakın ilişkiler kurmak ve ikincisi ise anlamlı ve amaçlı faaliyetlerde bulunmaya devam etmektir. Daha sonra Fisher (1999) gerçekleştirdiği çalışmada, başarılı yaşlılığın altı temel özelliği olduğunu belirlemiştir. Bu özellikler; amaç duygusu, başkalarıyla etkileşim, kişisel gelişim, kendini kabul etme, özerklik ve sağlıktır.

Genel olarak yaşlılar için gerçekleştirilen çalışmalar, rekreatif olarak onların fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden iyi olmalarını destekleyerek yaşam kalitelerini yükselmesini sağlamak amaçlı gerçekleştirilmektedir. Diğer bir bakış açısıyla insanın yaşam kalitesini artırmak için yaptığı faaliyetler, genel olarak rekreasyonun içeriğini oluşturmaktadır (Tütüncü ve diğ. 2011). Rekreatif faaliyetler, bireylerin yapısına bağlı olarak, kimi zaman spor yapmak, kimi zaman turistik veya kültürel faaliyetlere katılmak, kıraathaneye gitmek, kâğıt oynamak, örgü örmek, arkadaşlarıyla toplanmak, bir hayvan sahibi olmak ve hatta

torun bakmak şeklinde gerçekleşebilir. Bu kapsamda yaşlıların yaşam kalitesini yükseltecek rekreatif olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin yararları; “fiziksel” ve “sosyal, psikolojik, duygusal” şeklinde iki farklı biçimde ele alınmaktadır (Leitner ve Leitner 2014). Bu çalışma kapsamında da Dünya Sağlık Örgütü’nün sağlık tanımlaması doğrultusunda rekreatif faaliyetlerin yararları fiziksel/zihinsel ve ruhsal/sosyal şeklinde bir sınıflama ile ele alınmaktadır.

Fiziksel ve Zihinsel Yararlar

Yaşa bağlı olarak, bireylerin hareket yoğunluğu azalmaktadır (Caspersen ve DiPietro 1991). Ancak fiziksel olarak hareketsiz olmak birçok kardiyovasküler hastalıklar ve şeker, kanser, yüksek tansiyon, obezite gibi kronik rahatsızlıklar için bir risk faktörüdür (Warburton ve diğ. 2006; Blair ve diğ. 2001). Düzenli fiziksel aktivite, kolesterol düzeyini düşürmekte (Halle ve diğ. 1996), kan basıncını azaltmakta (Paffenbarger, 1991), insülin duyarlılığını iyileştirmekte (Kelley ve Goodpaster 1999) ve kas iskelet sistemi sağlığını geliştirmektedir (Warburton ve diğ. 2001). Özellikle düzenli egzersizin felç geçirme gibi sağlık problemleri üzerinde olumlu etkileri kanıtlanmıştır (Sakko ve diğ. 1997). Bunların yanında önemli bir nokta da kronik hastalıkların önlenmesinde rekreatif amaçlı gerçekleştirilen fiziksel aktivitenin etkili olmasıdır (Adams ve diğ. 2007).

Düzenli egzersiz yapmak, bilişsel ve fiziksel sağlığın geliştirilmesi için en önemli faaliyetlerden biridir (Opdenacker ve diğ. 2009). Yaşlılarda fiziksel ve bilişsel faaliyetlerin bireyin bilişsel sağlığı ve bilişsel yaşlılık belirtileri üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir (Jak 2012). Bunun yanında faaliyet düzeyini artmasıyla bireyin bilişsel fonksiyonlarının, algıladığı sağlık durumunda ve fonksiyonel kabiliyette daha iyi olduğu ortaya konmuştur (Fernandez-Mayoralas 2015). Backmand ve arkadaşları (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yaşlılarda fiziksel aktivitenin fiziksel olarak işlevsel bozukluklarının ilerlemesini yavaşlatmada önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

Yürüyüş, bahçe işleri, yüzme, taichi, golf, yoga ve dans gibi rekreatif faaliyetlerin fiziksel ve zihin-

sel olarak olumlu etkileri olduğunu kanıtlayan çalışmalar vardır (Hutchinson 2011). Amerikan Nöroloji Akademisi’nin 2001 yılında 1772 yaşlıda gerçekleştirdiği bir çalışmada, boş zamanlarda gerçekleştirilen faaliyetlerin yaşlılarda demans hastalığının %38 oranında daha az görülmesini sağladığı tespit edilmiştir (AAN 2001). Özellikle sosyal açıdan daha fazla katılımın sağlandığı ve serbest zaman faaliyetlerinin alzheimer gibi hastalıklara yakalanma riskini azaltabileceğini gösteren araştırmalar da bulunmaktadır (Scarmeas ve diğ. 2001). Pevalin ve Rose (2003) en az bir sosyal gruba dâhil olan bir yaşlının daha az zihinsel problemlerle karşılaştığını belirlemiştir.

Ruhsal ve Sosyal Yarar

Serbest zaman faaliyetleri, yaşamın ilerleyen zamanlarında sosyal entegrasyonun sağlanması açısından önemli bir araç (Toepoel 2013) ve sağlıklı bir yaşlılık süreci için vazgeçilmezdir (Cornwell ve diğ. 2008). Giummarra ve arkadaşları (2007) gerçekleştirdikleri çalışmada sosyal sağlığın zihinsel ve fiziksel sağlık kadar önemli olduğunu vurgulamışlar, Bowling ve Gabriel (2004) sosyal sağlığın yaşam kalitesi için önemli bir göstere olduğunu tespit etmişlerdir. Kafeteryada bir şeyler içmek, tiyatro veya sinemaya gitmek gibi arkadaşlarla gerçekleştirilebilen faaliyetler ilişkileri güçlendirirken (Van Ingenve Van Eijck 2009), bunun yanında tek başına gerçekleştirilen bir faaliyet olarak televizyon izlemek sosyal yönden izole olmayı artırmaktadır (Putnam 1995).

Egzersiz ve dayanıklılık antrenmanları (Pennix ve diğ. 2002; Adams ve diğ. 2007), yoga (Netz ve Lidor 2003), dans (Hui ve diğ. 2009) gibi fiziksel aktivitelerin depresyon düzeyini düşürdüğü ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Özellikle yaşlı bireylerde görülen depresyon üzerinde rekreasyon terapisi programlarının olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir (Lam ve diğ. 2017). Diyabet, kanser, bunama gibi birçok sağlık probleminin de temel kaynağının stres olduğu vurgulanmaktadır (Boardman 2004; Hunter ve Gillen 2009). Bu tip rekreatif faaliyetler bireyin yaşadığı hissedilen stres düzeyini azaltıp (Patterson 1996) sağlık problemleri ile karşılaşma olasılığını da azaltabilir. Yaşlılar için stresle başa çıkmada rekreasyonun vaz-

geçilmez bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Iwasaki ve Mannell 2000; Trenberth ve Dewe 2002). Bunun yanında emekliler üzerinde gerçekleştirilen diğer bir çalışmada ise serbest zaman faaliyetlerine katılımın, kaygı düzeyinin daha düşük olması ile ilgili olduğu belirlenmiştir (Kaufman 1988). Fiziksel aktivite ile ilişkili olarak kaygı düzeyinin azaldığı belirlenmiştir (Adams ve diğ. 2007).

Yaşlılarda önemli bir değişiklik de eşlerini kaybettikleri zaman yalnız olduklarından ve izole bir hayat yaşadıklarından dolayı hayatlarındaki bu büyük değişikliğin onları depresyona sürüklemesidir (Lam ve diğ. 2017). Genel olarak evli çiftlerin rekreatif faaliyetleri birlikte gerçekleştirdiği (Henderson 1996) ve birinin kaybedilmesi durumunda rekreatif faaliyetleri gerçekleştirilmede benlik saygısının azaldığına yönelik bulgular mevcuttur (Johnson 2000). Ancak öte yandan Janke ve arkadaşları (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, eşlerini kaybeden yaşlıların serbest zaman faaliyetlerine katılımının, onların iyi oluş halleriyle ilişkili olduğu ortaya konmuştur.

YÖNTEM

Çalışmanın amacı, yaşlanan nüfusun yaşam kalitesinin yükseltilmesi, sağlığın geliştirilmesi ve tedavi süreçlerine rekreatif faaliyetlerin etkisi ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların taranması ve yaşlılıkta rekreatif faaliyetlerin önemine yönelik derleme bir çalışma gerçekleştirmektir.

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde bu alanda yapılmış çalışmalara değinilmekle birlikte, alana ışık tutacak detaylı araştırmalara, diğer bir ifade ile tezlere değinilmemiştir. Bu nedenle hem ülkemizdeki hem de yurtdışındaki tez veri tabanlarında yer alan yaşlılık ve rekreasyonla ilgili çalışmaların taranması, ikincil verilerin analizi kapsamında çalışmanın temel yöntemini oluşturmaktadır.

Çalışmada Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) Tez Merkezi ile Proquest tez veritabanında yer alan "rekreasyon ve yaşlılık" (recreation and aging) ile "serbest zaman ve yaşlılık" (leisure and aging) adlı tez çalışmalar taranmış ve buna ilişkin bulgular sunulmuştur.

TARAMA BULGULARI

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde uluslararası alanda yapılan makalelere yer verilmiştir. Ülkemizde 2017 yılı itibarıyla yaşlılık ve rekreasyona yönelik makalelerin çok sınırlı sayıda olduğu, yapılan arama motorları taramalarında kolaylıkla saptanabilmektedir. Öte yandan bu alandaki tezlerin saptanmasında, tez veri tabanlarından daha sağlıklı sonuçlara ulaşılabileceği aşikârdır. Bu nedenle veri tabanları ile yüksek lisans ve doktora tez çalışmaları kapsamındaki yayınlanmış ve yayınlanmamış kaynaklara ulaşılmaya çalışılmıştır.

Proquest tez veritabanında "rekreasyon ve yaşlılık" (recreation and aging) anahtar kelimesi tarandığında sekiz teze ulaşılmıştır. İngilizcedeki ifade farklılıklarından dolayı ikinci bir tarama "rekreasyon ve yaşlı" (recreation and older) anahtar kelimeleri ile gerçekleştirilmiş ve bu kapsamda 11 tez çalışmasına ulaşılmıştır. Daha sonra benzer şekilde "serbest zaman ve yaşlılık" (leisure and aging) anahtar kelimesi ile tarama yapılmış ve dokuz eser tespit edilmiştir. Ardından "serbest zaman ve yaşlı" (leisure and older) anahtar kelimesi ile son bir tarama daha yapılmış ve 67 teze ulaşılmıştır. Makalenin başlığı an itibarıyla Proquest veri tabanında "rekreasyon ve yaşlılık" ilgi doğrudan ilgili toplamda 95 tez çalışması saptanmıştır. Aynı veri tabanında İngilizce olarak yapılan diğer bir taramada anahtar kelime olarak tez başlıklarında "rekreasyon" (recreation) taratılmıştır. Bu kapsamda 2628 adet teze ulaşılmıştır.

Türkiye'de yapılan rekreasyon alanındaki tez çalışmalarını belirleyebilmek için YÖK Tez Merkezi'ndeki taranmıştır. YÖK Tez Merkezi'nde "rekreasyon" anahtar kelimesini içeren 195 teze ulaşılmıştır. Ancak burada ulaşılan rekreasyon ile ilgili ülkemizdeki toplam tez adededir. Ardından "rekreasyon ve yaşlı(lık)" ile "serbest zaman ve yaşlı(lık)" anahtar kelimeleri ile ulusal veritabanımızda bir tarama gerçekleştirilmiştir. Bunun sonucunda toplamda yalnızca üç adet tez çalışması saptanmıştır.

Özellikle yurtdışındaki veritabanları incelendiğinde, serbest zaman ve yaşlanma ile ilgili birçok çalışmanın olduğunu görmek mümkündür. Yaş-

lılık ve serbest zaman faaliyetlerinin yaşlılık veya yaşlılıkta yaşanan rahatsızlıklar üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik çeşitli çalışmalar mevcuttur. Dans etmenin bunama üzerindeki etkisi ya da zihinsel egzersizlerin alzheimer etkisi örnek olarak gösterilebilir. Bunun yanında rekreatif faaliyetlere katılmanın depresyon üzerindeki etkileri gibi çalışmalar da yaşlıların psikolojik problemleri üzerinde rekreatif faaliyetlerin önemini vurgulamaktadır. Bu kapsamda özellikle yaşlılarda serbest zaman faaliyetlerinin yaşam kalitesi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak da daha kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Ülkemizde rekreasyon alanındaki tez çalışmalarının ve araştırma makalelerinin nicel açıdan yeterli düzeyde olmadığını, yapılan tarama çalışmaları ortaya koymaktadır. Bu taramalar göstermektedir ki yurtdışında sadece yaşlılık ve rekreasyon alanında dahi birçok çalışma bulunmaktadır. Kaldı ki yurtdışındaki veri tabanlarında yapılan tarama yalnızca İngilizce dili ile sınırlandırılmıştır. Yurtdışındaki çalışmalarda, artan yaşlı nüfusa paralel olarak, yaşlılık ve rekreasyon ile ilgili araştırmalarda hızlı bir artış görülmektedir. Uluslararası alanda yapılan yaşlılık ve rekreasyonla ilgili yayınların sayısı, bizim toplam rekreasyon alanındaki yayınlarımızın sayısına yakın bir gelecekte ulaşacak gibi görülmektedir. Tüm bunlar ışığında yurtdışındaki araştırmalarda dahi rekreasyon ve yaşlılıkla ilgili hem araştırmaların hem de yaşam kalitesine yönelik faaliyetlerin daha da artırılması gerektiği vurgulanmaktadır. Yaşlı bireyler üzerinde farklı birçok araştırma olmasına rağmen, yaşlılara yönelik az sayıda rekreatif faaliyet programları bulunmaktadır (Li ve Chow 2013). Yapılacak araştırmalar, rekreatif faaliyet programlarının oluşturulması konusunda yön gösterici nitelikte olabilir. Adams ve arkadaşları (2007) tarafından özellikle fiziksel aktivite içeren rekreatif faaliyetlerin ucuz olması, ilaçla tedaviye yakın sonuçlar göstermesi, farmakolojik olarak hiçbir yan etkisinin olmaması ve bir takım kronik hastalıkların önlenmesi gibi özelliklerinin olduğunu vurgulamışlardır. Fonksiyonel otonominin bozulmasını önlemek geriatrik tıbbın baş-

lıca hedefidir (Zelada ve diğerleri 2009). Bu bağlamda hem farmasötik girişimi olmayan rekreasyon terapisi uygulamalarını kullanmak hem de bireyin yaşamı boyunca fonksiyonel bağımsızlığı sürdürmek için geriatri ve rekreasyon bilimleri eşgüdümlü bir şekilde yaşlıların yaşam kalitesini artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir. Rekreasyon terapisi her yaşta bireylerin sosyal ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurmakta, diğer bireylerle iletişim halinde olmayı gerektirmekte ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesine hizmet etmektedir (Tütüncü 2012).

Birçok çalışmada yaşlılarda serbest zaman faaliyetinin yaşam kalitesi için önemli bir faktör olduğu vurgulanmaktadır. Hawkins ve arkadaşları (2004) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yaşlıların boş zamanlarında katıldıkları etkinlikler ve etkinliklere katılma düzeylerinin yaşam doyumları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Emekliler üzerinde gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise, yaşam doyumunun etkilendiği faktörlerden bir tanesi de ev dışında gerçekleştirilen rekreatif faaliyetler olarak tespit edilmiştir (Nimrod 2007). Genel olarak, rekreatif faaliyetlere katılım düzeyinin yüksek olması yaşam doyumuna da doğru orantılı bir şekilde etki etmektedir (Hawkins ve diğ. 2004; Nimrod ve Adoni 2006).

Yerel yönetimler yaşlıların daha aktif bir hayat sürmeleri için kolaylıklar sağlamaktadır. Örneğin 65 yaşından büyüklere otobüslerin bedava olması, bu yaş grubunda yer alanların dış alanlarda yapılan rekreasyon faaliyetlerine katılımını motive edebilir. Başarılı bir yaşlılık dönemi için ülke genelinde ve yerel yönetimler bazında yaşlı nüfusun daha aktif ve sosyal olmasına yönelik düzenlemeler yapılabilir. Ancak bunun için doğru politikalar belirlenmelidir. Bu kapsamda cinsiyet, yaş, hastalık grubu gibi değişkenlere göre farklı planlamalar gerçekleştirilebilir. Düşük depresyon düzeyi ile ilgili gerçekleştirilen bir çalışmada, erkeklerin fiziksel aktivite ve kadınların ise arkadaşları ile sosyalleşmeleriyle, depresyon düzeylerinin düştüğüne yönelik bulgular mevcuttur (Arai ve diğ. 2007).

Genel olarak bireyler emekli olduktan sonra, hobi kursları, turistik veya kültürel geziler, arkadaş toplantıları veya torun bakmak – zorunlu oldu-

ğu zaman rekreatif bir etkinlik olmayabilir – gibi kendi çabaları ile bir takım faaliyetler gerçekleştirmektedirler. Yaşlılıkta bireyin aktif bir hayat sürmesi, bunun yanında ruhsal ve sosyal yönden de kendini iyi hissedecek faaliyetlerde yer alması, yaşlılık belirtilerinin ortaya çıkmasında geciktirici bir rol oynayabilir. Özellikle aktif serbest zaman faaliyetlerine katılanların, okuma, televizyon izleme gibi pasif rekreatif faaliyetler gerçekleştirenlere göre zihinsel sağlıkları ve öznel iyi oluşlarının daha iyidir olduğu ortaya konmuştur (Dupuis ve Smale 1995). Bu nedenle, özellikle yerel yönetimler tarafından yaşlılıkta aktif rekreatif faaliyetlerin desteklenmesi hem yaşlılık belirtilerinin gecikmesinde hem de aktif bir yaşlılık geçirmesine büyük katkı sağlayabilir. Fiziksel aktivitenin yaşlıların yaşam kalitesi üzerindeki olumlu etkileri (Özer 2004; Takala ve diğ. 2010) göz önünde bulundurulduğunda, yaşlıların fiziksel aktivitelere gönüllü olarak katılımının artması ve yaşam biçimlerini değiştirmeleri bir kamu sağlığı politikası olarak ele alınmalıdır (DiPietro 2001). Bu kapsamda değerlendirilebilecek rekreasyon terapisi programları yaşlıların daha sağlıklı bir yaşam tarzı benimsemelerine, sosyal hayatlarının geliştirilmesine, stresle daha kolay başa çıkabilmelerine, aktif ve sağlıklı bir yaşam sürmelerine fırsat tanıyabilir.

Yaşlı nüfusun artması ve buna bağlı olarak tıbbi hizmet maliyetlerindeki artış kamu harcamalarının da artmasına neden olmaktadır (Toepoel 2013). Sağlık hizmetleri maliyetlerinin azaltılması için gerçekleştirilebilecek bir olasılık da yaşlı nüfusun yaşam kalitesini yükseltmektir (Bowling ve Gabriel 2004). Toplumun yaşlandığı ve nüfus içindeki yaşlı oranının yükselmesi göz önünde bulundurulursa rekreasyon terapisi uygulamalarına yönelik geliştirilen stratejiler, yaşlılar için harcanan sağlık harcamalarında düşüşe neden olabilecektir. Bunun yanında rekreasyon terapisi programları ile yaşlıların tedavi sürecinin etkililiği de yükseltilebilir.

Sonuç olarak öncelikle ülkemizdeki rekreasyon ile ilgili tez çalışmalarının hem nitel hem de nicel olarak artırılmasının, alanımıza büyük bir katkı sağlayacağı belirtilebilir. Bununla birlikte ülkemizdeki sınırlı sayıda araştırmacının, çeşit-

liliğinde de sorunlar bulunmaktadır. Ülkemizde yapılan araştırmaların belirli konular üzerinde odaklandığı, yurtdışında ise “yaşlılık ve rekreasyon” alt alanında dahi birçok farklı çalışmaya yapıldığı, yapılan taramalarda saptanmıştır. Ülkemizde rekreasyon ile ilgili çalışmalarda hem yurt dışı literatürün daha sıkı takip edilmesi hem de ülkemizdeki fiili durumdan hareketle bireylerin gereksinimlerine yönelik rekreasyonda yeni özel çalışma alanlarına odaklanılması gerekmektedir. Bu çerçevede hem ülkemizde hem yurtdışında yaşlılık ve rekreasyon alanında yapılacak yeni çalışma ve araştırmalara, büyük bir gereksinim bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- American Academy of Neurology (AAN). (2001). *Leisure Activity Decreases Risk of Alzheimer's Disease*, www.science-daily.com/releases/2001/12/011225093636.htm, Erişim tarihi: 5 Kasım 2017.
- Adams, T. B., Moore, M. T. ve Dye, J. (2007). The Relationship Between Physical Activity And Mental Health in A National Sample Of College Females, *Women & Health*, 45 (1): 69- 85.
- Arai, A. A., Ishida, K. K., Tomimori, M. M., Katsumata Y. Y., Grove J. S. ve Tamashiro H. H. (2007). associationbetweenlifestyleactivityanddepressedmoodamonghomedwellingolderpeople: A community-based study in Japan, *Aging & Mental Health*, 11 (5): 547-555.
- Backmand, H. M., Kaprio, J., Kujala, U.M. ve Sarna, S. (2009). Physical Activity, Mood And The Functioning Of Daily Living A Longitudinal Study Among Former Elite Athletes And Referents in Middle And Old Age, *Arch. Gerontol. Geriatr*, 8: 1-9.
- Blair, S.N., Cheng, Y. Ve Holder, J.S. (2001). Is Physical Activity Or Physical Fitness More Importanti in Defining Health Benefits?, *Med. Sci. Sports. Exerc*, 33: 379-99.
- Boardman, J. D. (2004). Stress and Physical Health: The Role Of Neighborhoods As Mediating And Moderating Mechanisms, *Soc. Sci. Med.*, 58: 2473-2483.
- Bowling, A. ve Gabriel, Z. (2004). An İntegrational Model Of Quality Of Life in Older Age. Results from the ESRC? MRCHSRC Quality Of Life Survey in Britain, *Social Indicators Research*, 69: 1-36.
- Caspersen, C. J. ve Di Pietro, L. (1991). National Estimates Of Physical Activity Among Older Adults, *Med. Sci. Sports Exerc.*, 23: 106.
- Cornwell, B., Laumann, E. O. ve Schumm, L. P. (2008). The Social Connectedness Of Older Adults: A National Profile, *American Sociological Review*, 73: 185-203.
- Di Pietro, L. (2001). Physical Activity in Aging: Changes in Patterns and Their Relationship to Health and Function, *Journals of Gerontology*, Özel Sayı II: 13-22.
- Dupuis, S. L. ve Smale, B. J. A. (1995). An Examination Of Relationship Between Psychological Well-Being And Depression And Leisure Activity Participation Among Older Adults, *Society and Leisure*, 18 (1): 67-92.

- Fernandez-Mayoralas, G., Rojo-Perez, F., Martinez-Marin, P., Prieto-Flores, M. E., Rodriguez-Blazquez, C., Martin-Garcia, S., Rojo-Abuin, J. M. ve Forjaz, M. J. (2015). Active Ageing And Quality Of Life: Factors Associated With Participation in leisure activities among Institutionalized Older Adults, With And Without Dementia, *Aging & Mental Health*, 19 (11): 1031-1041.
- Fisher, B. J. ve Specht, D.K. (1999). Successful Aging And Creativity In Later Life, *Journal of Aging Studies*, 13 (4): 457-472.
- Fraga, M. J., Cader, S. A., Ferreira, M. A., Giani, T. S. ve Dantas, E. H. M. (2011). Aerobic Resistance, Functional Autonomy And Quality Of Life (QoL) of Elderly Women Impacted By A Recreation And Walking Program, *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 52: 40-43.
- Giummarra, M. J., Haralambous, B., Moore K. ve Nankervis, J. (2007). The Concept Of Health in Older Age: Views Of Older People And Health Professionals, *Australian Health Review*, 31: 642-650.
- Halle, M., Berg, A., vonStein, T. (1996). Lipoprotein (a) in Endurance Athletes, Power Athletes, And Sedentary Controls, *Med. Sci Sports. Exerc*, 28: 962-966.
- Hawkins, B., Foose, A. K. ve Binkley, A. L. (2004). Contribution of Leisure To The Life Satisfaction Of Older Adults in Australia and the United States, *World Leisure Journal*, 46 (2): 4-12.
- Havighurst R. J. (1968). A Social-Psychological Perspective On Aging, *Gerontologist*, 8: 67-71.
- Henderson, K. A. (1996). One Size Doesn't Fit All: The Meanings Of Women's Leisure, *J Leis. Res.*, 28: 139-154.
- Hui, E., Chui, T-K, B., ve Woo, J. (2009). Effects of Dance On Physical And Psychological Well-Being in Older Persons, *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 49: 45-50.
- Hunter, I. R. Ve Gillen, M. C. (2009). Stress Coping Mechanisms in Elderly Adults: An Initial Study Of Recreational And Other Coping Behaviors In Nursing Homepatients, *Adultspan. Journal*, 8: 43-53.
- Hutchinson S. L. (2011). *Physical Activity, Recreation, Leisure, and Sport: Essential Pieces of the Mental Health and Well-being Puzzle*, <http://www.recreationns.ca/wp-content/uploads/2012/05/MentalHealthLit.pdf>, Erişim tarihi: 30 Ekim 2017.
- Iwasaki, Y. ve Mannell, R. C. (2000). Hierarchical Dimension of Leisure Stress Coping, *Leisure Sciences*, 22: 163-181.
- Jak, A. J. (2012). The impact of physical and mental activity on cognitive aging, *Current Topics in Behavioral Neuroscience*, 10: 273-291.
- Janke, M. C., Nimrod, G. ve Kleiber, D. A. (2008). Leisure Patterns And Health Among Recently Widowed Adults, *Activities, Adaptation, and Aging*, 32 (1): 19-39.
- Johnson, C. D. (2000). Therapeutic Recreation Treats Depression in The Elderly, *Home Health Care Serv. Q.*, 18: 79-90.
- Kaufman, J. E. (1988). Leisure and Anxiety: A Study Of Retirees, *Activities, Adaptation, & Aging*, 11 (1): 1-10.
- Kelley, D. E. Ve Goodpaster, B. H. (1999). Effects of Physical Activity On insulin Action And Glucose Tolerance in Obesity, *Med. Sci. Sports Exerc*, 31: 619-23.
- Lam, M.H.S., Chow, B., Cheung, S. Y., Lee, K. Y., Cheung, Li W. H., Ho, E., Flint, S.W., Yang, L. Ve Yung, N.K.F. (2017). A Systematic Review Of Recreation Therapy For Depression in Older Adults, *J. Psychol. Psychother*, 7: 2.
- Leither M. J. ve Leither, S. F. (2012). *Leisure in Later Life*. 4. Baskı. Sagamore yayınları, <http://www.sagamorepub.com/products/leisure-later-life-4th-ed?src=fdpil>, Erişim tarihi: 7 Kasım 2017.
- Li, C. Ve Chow, H. (2013). The assessment of the Leisure Benefits For The Elder Recreational Activities From Reminiscence Approach To Recreational Programming, *International Journal of Enhanced Research in Educational Development*, 1 (4): 7-15.
- Netz, Y. ve Lidor, R. (2003). Mood Alterations in Mindful Versus Aerobic Exercise Modes, *Journal of Psychology*, 137 (5): 405-419.
- Nimrod, G. (2007). Retirees' Leisure: Activities, Benefits, And Their Contribution To Life Satisfaction, *Leisure Studies*, 26 (1): 65-80.
- Nimrod, G. ve Adoni, H. (2006). Leisure-styles and Life Satisfaction Among Recent Retirees in Israel, *Aging and Society*, 26: 607-630.
- Opdenacker, J., Delecluse, C. ve Boen, F. (2009). The Longitudinal Effects of a Lifestyle Physical Activity Intervention and a Structured Exercise Intervention on Physical Self-Perceptions and Self-Esteem in Older Adults, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 31 (6): 743-760.
- Özer, M. (2004). A Study On The Life Satisfaction Of Elderly Individuals Living in Family Environment And Nursing Homes, *Turkish J. Geriatr*, 7: 33-36.
- Paffenbarger, R.S. Jr., Jung, D.L., Leung, R.W. (1991). Physical Activity And Hypertension: An Epidemiological View, *Ann. Med.*, 23: 319-27.
- Patterson, I. (1996). Participation in Leisure Activities By Older Adults After A Stressful Life Event: The Loss Of A Spouse, *International Journal of Aging and Human Development*, 42: 123-42.
- Pennix B. W. J. H., Rejeski W. J., Pandya J., Miller, M. E., DiBari M., Applegate W. B. ve Pahor, M. (2002). Exercise and Depressive Symptoms: A Comparison of Aerobic And Resistance Exercise Effects on Emotional And Physical Function in Older Persons With High And Low Depressive Symptomology, *Journal of Gerontology*, 57B (2): 124-132.
- Pevalin, D. J. Ve Rose, D. (2003). *Social Capital For Health: Investigating The Links Between Social Capital And Health Using The British Household Panel Survey*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.503.2810&rep=rep1&type=pdf>, Erişim tarihi: 6 Kasım 2017.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, Tuning Out: The Strange Disappearance Of Social Connectedness in America, *Political. Science & Politics*, 28: 664-683.
- Rowe J. W. Ve Kahn R. L. (1997). Successful Aging, *The Gerontologist*, 37 (4): 433-440.
- Sacco R. L., Gan R., Boden-Albala B., Kargman L. I., Douglas E. Hauser W. A., Shea S. ve Paik, M.C. (1998). Leisure-Time Physical Activity and Ischemic Stroke Risk, *Stroke*, 29: 380-387.

- Scarmeas,, N.,Levy G., Tang, M.-X.,Manly, J. ve Stern, Y. (2001). Influence of Leisure Activity On The Incidence Of Alzheimer's Disease, *Neurology*, 57 (12): 2236-2242.
- Takata, Y., Ansai, T., Soh, I., Awano, S., Yoshitake, Y., Kimura, Y., Sonoki, K., Kagiya, S., Yoshida, A., Nakamichi, I., Hamasaki, T., Torisu, T., Toyoshima, K. ve Takehara T. (2010). Quality of Life And Physical Fitness in an 85-Year-Old Population, *Arch. Gerontol. Geriatr*, 50: 272-276.
- Toepoel, V. (2013). Ageing, Leisure, and Social Connectedness: How Could Leisure Help Reduce Socialisolation of Older People?, *Soc. Indic. Res.*, 113: 355-372.
- Trenberth, L. ve Dewe, P. (2002). The Importance Of Leisure As A Means Of Coping With Work Related Stress: An Exploratory Study, *Couns. Psychol. Q.*, 15: 59-72.
- TÜİK (2016). *Yıllara, Yaş Grubu Ve Cinsiyete Göre Nüfus, 1935-2016*. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, Erişim tarihi: 29 Ekim 2017.
- TÜİK (2013). *Nüfus Projeksiyonları, 2013-2075 Senaryolara Göre Seçilmiş Yaş Grupları Nüfusları*, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, Erişim tarihi: 2 Kasım 2017.
- TÜİK (2017). *Demografik Göstergeler, 2000-2023*, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, Erişim tarihi: 2 Kasım 2017.
- Tütüncü, Ö. (2012). Rekreasyon ve Rekreasyon Terapisinin Yaşam Kalitesindeki Rolü, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (2): 248-252.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N. ve Taş, İ. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımını Etkileyen Unsurların Analizi, *Spor Bilimleri Dergisi*, 22 (2): 69-83.
- van Ingen, E. ve van Eijck, K. (2009). Leisure And Social Connectedness: An Analysis Of Types Of Company And Activities, *Leisure Sciences*, 31: 192-206.
- Vale, R.G.S., Oliveira, R. D., Pernambuco, C. S., Meneses, Y.P.S.F. ve Novaes, J. S. (2009). Correlation Between Basal Serum IGF-1 Levels And Functional Autonomy in Elderly Women, *Int. J. Sport.Sci.*, 14: 11-18.
- Warburton, D. E., Gledhill N. ve Quinney (2001). A Musculoskeletal Fitness And Health, *Can. J. Appl. Physiol.*, 26: 217-37.
- Warburton, D. E., Nicol, C. W. Ve BredinS. S. D. (2006). Health Benefits Of Physical Activity: The Evidence, *Canadian Medical Association Journal*, 174 (6): 801-809.
- WHO (2005). *Constitution of The World Health Organization*, <http://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/EN/constitution-en.pdf?ua=1>, 2 Kasım 2017.
- Zelada, M. A., Salinas, R. ve Baztan, J. J. (2009). Reduction of Functional Deterioration During Hospitalization in An Acute geriatric unit, *Arch. Gerontol. Geriatr.*, 48: 35-39.
- İpek AYDIN, Uzman, Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü.
E-posta: ipek.aydin@deu.edu.tr
- Özkan TÜTÜNCÜ, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü.
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

Doktora Tezi Kapsamında Kuşadası-İstanbul-Antalya ve Kapadokya'da Günübirlik Turlarda Gerçekleştirilen Katılımlı Gözlemlere İlişkin Notlar

Vedat ACAR

Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

14 Temmuz 2016- 5 Kasım 2016 tarihleri arasında farklı ülkelerden gelerek Kuşadası, İstanbul, Antalya ve Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin rehberli turlarda sergiledikleri turist davranışları (birbirleri ile etkileşime girmek, bahşış vermek, şikâyet etmek, hediyelik eşya satın almak, pazarlık etmek vb.) "katılımlı gözlem yöntemi" ile gözlemlenmeye çalışılmıştır. Bu turları düzenleyen seyahat acentaları yöneticileri, yürütülen araştırma ile ilgili detaylı bir şekilde bilgilendirilerek onlardan gerekli izinler alınmış, ancak araştırmacının kimliği ve ne amaçla bu turlara katıldığı hususunda ziyaretçilere herhangi bir bilgi verilmemiştir. Araştırmacı, ziyaretçilere rehberlik mesleğine yeni başlayan apranti bir rehber olarak tanıtılmıştır. Böylelikle grubun tur esnasındaki doğal davranışlarını gözlemlemek mümkün hale gelmiştir. Bu amaç doğrultusunda, Kuşadası'nda 28, İstanbul'da sekiz, Antalya'da yedi ve Kapadokya'da 10 adet olmak üzere toplamda 53 günübirlik tura katılım sağlanarak turistlerin tur esnasındaki davranışları gözlemlenmeye çalışılmıştır. Bu gözlemler esnasında yalnızca turistler değil aynı zamanda seyyar satıcılar, hediyelik eşya dükkânı işletmecileri ve öğle yemeklerinin yenildiği restoranlardaki operasyonel sorunlar da gözlemlenmiştir. Nitekim bu yazıda, günübirlik turlara katılan yabancı ziyaretçilerin karşılaştıkları bu operasyonel sorunları ortaya koymak amaçlanmaktadır.

14 Temmuz'dan 5 Kasım 2016 tarihine kadar aralıklarla Kuşadası'nı ziyaret eden kruvaziyer ziyaretçileri ile otelde konaklayan farklı milliyetlere mensup ziyaretçilerin katıldıkları günübirlik Efes- Meryem Ana- Artemis ve Pamukkale turlarına katıldım. Efes ve Artemis Tapınağı'nda

gözlemlenen sorunların başında seyyar satıcılar tarafından ziyaretçilerin alışveriş yapmaları yönünde baskı görmeleri gelmektedir. Seyyar satıcılar tarafından uygulanan baskılar bazen gişelerden başlayarak ziyaretçilerin otobüse bindiği, hatta otobüsün hareket ettiği ana kadar devam etmektedir. Bu durumu hem Efes alt kapıda hem de Artemis Tapınağı'nda katıldığım bütün turlarda gözlemlediğim temel sorun olarak gösterebilirim. Bir başka sorun ise seyyar satıcılar ve hediyelik eşya dükkânı işletmecileri tarafından talep edilen fiyatlarda herhangi bir standardın olmaması... Bir lokumcu düşünün, bir ziyaretçiye "Yedi kutu lokum 10 Avro" derken ardından gelen başka bir ziyaretçiye "Dokuz kutu lokum 10 Avro" diyor. Sonra bir bakıyorsunuz tur otobüsünde kimi ziyaretçiler 10 Avro'ya yedi kutu lokum almış, kimi ziyaretçiler 10 Avro'ya dokuz kutu lokum satın almış... Benzer bir durumla İstanbul'u ziyaret eden Pakistanlı bir doktor grubunun 27 Ağustos 2016 tarihindeki günübirlik Bursa turunda karşılaştım. Bursa Ulu Cami önünde tur otobüsünü beklemekte olan gruba, el tipi mini dikiş makinası satmak amacıyla bir seyyar satıcı yaklaştı. Gruptaki ziyaretçilerden birinin dikiş makinalarının fiyatını sorması üzerine seyyar satıcı önce 20 TL olduğunu söyledi, ancak ziyaretçilerin ısrarla pazarlık etmeleri neticesinde 12,5 TL'ye kadar düştü. Bunun üzerine birkaç Pakistanlı ziyaretçi daha dikiş makinalarından satın aldı. Seyyar satıcı ilk söylediği fiyattan yaklaşık %50 indirim yapmış oldu. Başka bir turist grubuyla 22 Ağustos 2016'da gerçekleştirilen Sultanahmet turunda ise gruptan Costa Rica asıllı 25-30 yaşlarında bir genç, Beyazıt Meydanı'ndan Süleymaniye'ye uzanan yol üstünde hediyelik eşya dükkânlarından birine girdi. Mağazada bir

sırt çantasının fiyatını sordu. Satıcı, önce 400 TL istedi. Henüz birkaç dakika geçmeden satıcı fiyatı 300, 200 hatta 100 TL'ye kadar düşürdü. Bunun üzerine ziyaretçi, hiçbir şey satın almadan hızlıca dükkândan ayrıldı. Diğer taraftan halı mağazasında bir halıya 20.000 Dolar fiyat verip ziyaretçinin durumuna göre 10.000 Dolar'a kadar düşenlere de rastladım. Bu örnekler üzerinden vurgulamaya çalıştığım şey aslında seyyar satıcıların ve hediyelik eşya dükkânları işletmecilerinin sattıkları ürünlerin etiket fiyatı üzerinden uyguladıkları orantısız fiyat düşürme politikaları ve ilk teklif ettikleri fiyatların hiçbir surette gerçek değerleri yansıtmıyor olmasıdır.

20-28 Eylül 2016 tarihlerinde Antalya'da, Rusya'dan, Ukrayna'dan, Belarus'tan, Kazakistan'dan gelen ziyaretçilere Antalya-Pamukkale ve Antalya-Demre turları gerçekleştiren iki seyahat acentasının toplamda altı turuna katıldım. Turlara katılan ziyaretçilerin bir kısmı Alanya'daki otellerde konaklamaktaydı. Gününbirlik Pamukkale turunu gerçekleştirebilmek için ziyaretçiler Alanya'dan otellerden sabah saat 03:00 civarında toplanmaya başlamakta, tur otobüsünün Antalya'ya gelmesi ise 05:00'i bulabilmektedir. Ancak Antalya'dan sonra ziyaretçileri, yaklaşık 3,5 saatlik bir yolculuk beklemektedir. Gününbirlik bir tur boyunca ziyaretçiler üç farklı mağaza ziyareti (tekstil, şarap, onyx mağazaları) gerçekleştirmektedir. Her bir mağazada ortalama bir saatlik bir sürenin harcadığını varsaydığımızda toplamda üç saatin yalnızca mağazalarda harcadığı görülmektedir. Ören yeri ziyareti için ayrılan zaman haricinde yol ve alışverişte geçen süreyi de hesapladığımızda gününbirlik bir Pamukkale turunda ortalama 14 saat harcanmaktadır. Diğer yandan ziyaretçilerin tura katılmalarının asıl sebebi olan "Hierapolis- travertenler" için ayrılan süre yalnızca 3-3,5 saat... Benzer bir durumun gününbirlik Antalya-Dalyan turu için de söz konusu olduğunu belirtmek gerekir. Çoğunluğu otobüste geçen gününbirlik bir tur... Bunun nedenlerini sorgulamaya başladığımızda "turların hak ettiği değer çok altında satılıyor olması" sonucuna varıyoruz. Nitekim turlar hak ettikleri değer altında satıldığı için gününbirlik bir tur bitene kadar ziyaretçiler üç farklı mağaza ziyareti yapmak zorunda kalmaktadır. Rehberlerle yaptığımız sohbetler sırasında otellerde acen-

taların turlarını satmakla görevli personelin, tur ile ilgili verdikleri bilgilerin gerçeği yansıtmıyor olması nedeniyle bir takım sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını dile getirdiklerini belirtmek isterim. Nitekim Alanya'daki acenta görevlisi turlu satabilmek için Alanya-Pamukkale arası yaklaşık 2,5-3 saatlik mesafede olduğunu söylediğini, ancak yaklaşık 5,5 saatlik yol kat ettikten sonra gerçekte durumun böyle olmadığını anladıklarında ziyaretçilerle turist rehberleri arasında tartışmalar yaşanabildiğini belirtmektedirler.

Tur satış fiyatına bağlı olarak verilen hizmetin de aynı oranda düşük olmasına şaşırılmam gerekir. Nitekim hem Demre'de hem Pamukkale'de öğle yemeklerinin yenildiği restoranlara bakıldığında büyük bir hayal kırıklığı ile karşı karşıya kalıyoruz. Ancak 8-10 TL'ye verilen açık büfe yemeklerden nasıl bir kalite beklenebilir? Katıldığım turlarda zaman zaman kokudan içerisinde durulamayan, rehberlerin ve kaptanların bile yemeklerini yemekten kaçındıkları restoranlarla karşılaştım. Diğer yandan 8 TL'ye satılan öğle yemeğinden restoranın kâr elde etmesi beklenebilir mi? Böyle bir durumda 1 TL'lik su 1 Avro'dan satılmaya, bir bardak şarap 3-5 Avro'dan satılmaya çalışılıyor. Tıpkı ucuza satılan turlardan elde edilmesi gereken kâr, alışverişten elde edilecek komisyonlardan karşılanmaya çalışılması gibi yemeklerden elde edilemeyen kâr, içeceklerden çıkarılmaya çalışılıyor. Ancak bu durumda kaliteden söz etmek imkânsız hale geliyor...

Kapadokya'da kaldığım (17 Ekim- 27 Ekim 2016) süre boyunca bölgede genel olarak seyahat acentalarının kırmızı tur (Aşk Vadisi-Paşabağ- Devrent Vadisi-Uçhisar Kalesi- Göreme Açık hava Müzesi) ve yeşil tur (Derinkuyu ya da Kaymaklı yer altı şehirleri- Ihlara Vadisi- Selime Katedrali-Güvercinlik Vadisi) olmak üzere iki farklı gezi güzergâhı üzerinde tur satışı yaptıklarını gözlemledim. Bu iki gezi rotasından yeşil turun diğeri ile kıyaslandığında biraz daha yorucu bir güzergâha sahip olduğunu söyleyebilirim. Nitekim Göreme ile Ihlara Vadisi arasında bir gün boyunca yaklaşık 230 km yol kat edilmekte, Derinkuyu yer altı şehrinde ortalama bir-bir buçuk saat kadar zaman geçirilmekte; sonrasında Ihlara Vadisi'nde ortalama bir buçuk saatlik yürüyüş ve daha sonra öğle yemeği ve akabinde Selime Katedrali ziyareti ile tur sonlanmaktadır. Bura-

da böyle bir turun uygulanmasının ötesinde bu turun kaç TL'ye satıldığına dikkat çekmek istiyorum. Göreme'de faaliyet gösteren seyahat acentaları yöneticileri ile görüştüğümde bu operasyonlardan bir acentanın kâr elde edebilmesi için turların en az 120-130 TL'den satılması gerektiğini vurguladıklarını, ancak bölgede bu turları belirtilen tarifeden satmaya çalıştıklarında tur satışı gerçekleştirmelerinin mümkün olmadığını dile getirdiklerini belirtmek isterim. 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun 1. Maddesinin (e) fıkrasında seyahat acentaları "kâr amacı ile turistlerin turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticari kuruluşlar" şeklinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla bir turun satışı yalnızca seyahat acentaları tarafından yapılabilir. Ancak Kapadokya bölgesinde bir otel işletmecisinin, bir pansiyon işletmecisinin, bir restoran işletmecisinin bile tur satışları yaptıklarını, Göreme'de restoranlara gittiğimizde zaman zaman masalarda tur programlarının yapıştirılarak tanıtımının yapıldığına şahit oldum. Bu işletme sahipleri bir bakıma aracı (komisyoncu) vazifesi görerek ziyaretçilere tur satışı yapmakta, sonrasında acentalar arasında haksız rekabete neden olarak normal şartlarda 120-130 TL'ye satılması beklenen günübirlik bir İhlara Vadisi turunun, 75-85 TL'ye satılmasında önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Günübirlik bir İhlara Vadisi turunun maliyetini hesapladığımızda ne kadar kötü bir tabloyla karşı karşıya kaldığımızı görüyoruz.

Tablo 1'den anlaşılacağı üzere rehber maliyeti ve araç (mazot) giderleri hariç yalnızca müze girişleri ve öğle yemeği toplamda kişi başı 57 TL'dir. Bahsedilen giderleri de ilave ettiğimizde tablonun ne kadar trajik bir hal aldığını görüyoruz. Seyahat acentaları ziyaret edilen mağazalarda (onyx, kuruyemiş-lokum, kuyum gibi) turistlerin alışveriş yapmalarını bekler hale gelmektedir. Ancak her zaman beklenen ile gerçekleşen satış birbirini karşılamamaktadır. Alışveriş olmazsa acentanın elde edeceği kârdan söz etmek mümkün olmamaktadır.

Tablo 1. Günübirlik Yeşil Tur (İhlara Vadisi Turu) Müze Girişleri ile Öğle Yemekleri Ortalama Maliyeti

	Ücret (Kişi Başı)
Derinkuyu yer altı şehri giriş ücreti	25 TL
İhlara Vadisi giriş ücreti	20 TL
Öğle yemeği (Set menü)	12 TL
Selime Katedrali (İhlara Vadisi bileti ile ziyaret edilmektedir)	--
Toplam	57 TL

Sonuç olarak, Temmuz-Kasım 2016 tarihlerinde Kuşadası, İstanbul, Kapadokya ve Antalya'da gerçekleştirilen günübirlik turlarda gözlemlenen genel sorunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Günübirlik turların gerçekleştirildiği güzergâhlardaki seyyar satıcıların ziyaretçilere alışveriş yapmaları yönünde baskı uygulamaları,
- Seyyar satıcıların, hediyelik eşya dükkânlarının ve mağazalarının sattıkları ürünlerde orantısız fiyat düşürme politikası gütmeleri ve ilk teklif ettikleri fiyatla son teklif edilen fiyat arasında büyük farkların olması,
- Günübirlik turların hak ettikleri değerinde fiyatlarda satılmaları nedeniyle acentaların buradan elde etmeleri gereken kârı, turistlerin ziyaret ettikleri mağazalardan yapılacak alışverişlerden elde edilecek komisyonlarla karşılamaya çalışmaları,
- Restoranlarda öğle yemeklerinin acentalara çok düşük fiyatlarda sunulmasına bağlı olarak yemek kalitesinin düşük olması ve restoranların yemeklerden elde etmeleri gereken kârı, sattıkları içeceklerle uyguladıkları fahiş fiyatlarla karşılamaya çalışmaları,
- Seyahat acentaları görevlilerinin, tur satışı yaparken ziyaretçilere gerekli bilgileri doğru şekilde aktarmamaları,
- Bazı bölgelerde, restoranların ve otellerin tur satışı yapma girişiminde bulunmaları ve bu girişimleri ile 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nu hiçe saymalarıdır.

Vedat Acar, Araştırma Görevlisi, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bayraklıdede Mah. Adalılar Sitesi Üstü, Turgut Özal Bulvarı, 4. Sk. No: 3, 09400, Kuşadası, Aydın.

E-posta: acrvedat@gmail.com

ORCID: 0000-0002-1679-6360

Şükrü Yarcan: Uygulamadan Teoriye Bir Turizm Akademisyeni

Gürel ÇETİNİstanbul Üniversitesi
İktisat Fakültesi

GİRİŞ

Prof. Dr. Şükrü Yarcan'ı Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde ilk dönem verilen "Turizm Endüstrisine Giriş" dersinde tanımaya başladım (1996). Kendisi, rehberlikten gelen bilgi aktarmadaki yetkinliği, teorik bilgi birikimi ve sektör deneyimi sayesinde, halen bu dersi verebilecek en yetkin akademisyenler arasındadır. Öncelikle lisans öğretimi yedi yıl sürmüş bir öğrenci olarak özellikle danışmanlık yaptığı öğrencilerle Yarcan'ın arasındaki ilişkilere hep gıpta ile baktığımı söyleyebilirim. Babacan tavrıyla öğrencilerinin akademik sorunlarının yanı sıra kişisel sorunları ile de ilgilenir, profesyonel gelişimlerine ve / veya lisansüstü öğrenimlerine destek olur.

Mezun olduktan sonra da Yarcan ile çeşitli toplantılarda görüşme fırsatımız olur. Kendisinin iyi bir öğretim elemanı olması kadar önemli bir araştırmacı olduğunu 2008 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'ne atandığında idrak ederim. Henüz yüksek lisans çalışmamı sürdürdüğüm o dönemde Yarcan'ı bir ressamın eserlerini yapmadan önce eskiz çizmesi gibi, kurşun kalemle belgeler, notlar hazırladığını, her türlü ayrıntı üzerinde titizlikle durduğunu, makalesinde kullanmayacak olsa bile ilgili yazına hakim olmak için ilgili görünen tüm kavramları ve ilişkilerini ortaya koyduğunu görmek şüphesiz benim için önemli bir rol modeli olmasını sağlar. İyi bir öğretim üyesi olabilmek için bilgi yaymanın yeterli olmadığını, bunları birleştirip, sorunları saptayıp, çözümleri oluşturan faydalı ve özgün bilgiler üretmenin de gerekli olduğunu görerek öğrenirim. Daha sonraki yıllarda kendisiyle ortak çalışma yapmak şansına sahip olduğum için de kendimi hep ayrıcalıklı hissedirim. Ortak araştırma yapmak ka-

dar, Yarcan'ın dostluğunu kazanmak (daha önceleri kıskandığım birçok öğrencisi gibi) bana da nasip olduğu için çok şanslı hissettiğimi belirtmeliyim.

MESLEK YAŞAMI

Şükrü Yarcan, bir subay babanın oğlu olarak Manisa'da doğar (1952). Kadıköy Maarif Koleji'nden mezun olduktan sonra (1970), İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü'nde okur (1970-1971). Boğaziçi Üniversitesi Makina Mühendisliği Bölümü'nde öğrenim görür (1971-1973). Danışmanı Dr. Michael Green ve Dinamik dersini aldığı Dr. Burak Erman'ın önerileri ve yönlendirmesiyle İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun olur (1976). Bir süre profesyonel turist rehberi olarak çalışır (1976-1977). Strathclyde Üniversitesi İskoçya Otelcilik Okulu'ndan (Scottish Hotel School) turizm alanında lisansüstü diploma (1978) alır. Burada etkilendiği isim Dr. Carson L. Jenkins olur ve çalışmalarında sıklıkla referans verir. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden uluslararası kongreler konulu tezi ile yüksek lisans derecesini alır (1979). Daha sonra önemli bir araştırma ve ders kitabı olarak da bilimsel yazına giren "Turizm Endüstrisinin Yapısı" başlıklı tezi ile İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Dalı'nda doktora derecesine hak kazanır (1992).

Lise öğreniminden başlamak üzere, öğrenim hayatı boyunca turizm sektöründe, seyahat acentelerinde ve kokartlı profesyonel turist rehberi olarak çalışır. Boğaziçi Üniversitesi Ön Lisans Yüksek Okulu Turizm ve Otel Yöneticiliği Programı'na öğretim görevlisi olarak atanır (1978). Kuruluşuna katkıda bulunduğu Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev alır. 2007-2011 yıllarında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde görev yaptıktan sonra emekli olur. Halen Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde Turizme Giriş ve Turizm Coğrafyası derslerini vermektedir.

Yarcan'ın önemli özelliklerinden bir tanesi, araştırmalarında Türk turizm sektörünün sorunlarına dokunabilmesi ve sektörün yapısı, seyahat acenteleri ve rehberler ile ilgili yaptığı çalışmaların yüksek etki değeridir. Kendisinin bu özelliği aynı zamanda gençlik yıllarından itibaren aktif olarak turizm sektöründe farklı konumlarda görev almasından da kaynaklanmaktadır. Türkiye turizminde saygın yerleri olan Mesut Belgin, Cankut Bagana, Roje Urgan, Ömür Çağlar, İnci ve Fethi Pirinçioğlu, Ali Etingü, Ferit Epikmen ile Ergun Güvenç, etkilendiği başlıca profesyonellerdir. Yarcan, katıldığı Bakanlık kursunda Rehberlik Meslek Dersi'ni veren Emre Taşöz'ü de örnek olarak benimser. Sektör bilgisi ve deneyimi yanında, Anadolu uygarlıkları, dinler tarihi, azınlıklar ve sanat tarihi konularındaki yetkinliği ile konuları birleştirerek aktarma yeteneği özel gruplar için aranan bir rehber olmasının nedenidir. İnanç turları konusunda uzman olan Yarcan, bazı popüler turları ilk defa biçimlendirir ve uygular. Özellikle öğrenciler için Anadolu Uygarlıkları dersinde düzenlediği geziler Yarcan'ın rehberlik yetkinliğini izlemek için önemli bir fırsattır. Örneğin, Ayasofya'yı gezerken bir daha başka yerde duyamayacağınız ve hiçbir yerde okuyamayacağınız şekilde, dönemin Bizans'ına gitmek, Justinien ve Theodora ile tanışmak, Nika İsyanı'nı yaşamak, Hristiyan tarihini öğrenmek bana da kismet olur. Yarcan'ın turizmde akademik ve uygulamaya dönük yetkinliklerinin gelişmesinde rol oynayan başka bir konu öğrencilik döneminde, 1970'li yıllarda ülkeyi ve Avrupa'yı otostopla dolaşmasıdır. Turizm ve kültürel bilgileri yanında yönetsel becerilerinin bir kısmını da bu genç yaşta geliştirir. Böylelikle Yarcan, sektörün tüm yapı taşları ile ilişkisini sürekli günceller ve akademik çalışmalarına geliştirerek yansıtır.

Yarcan, akademik ve profesyonel yaşamı boyunca etik kurallara çok duyarlıdır. Araştırmalarının

da gerek literatür taraması, gerekse veri toplama ve raporlama aşamalarında her zaman çok titiz davranır, bilimsel katkının ancak gerekli özeni göstermekle mümkün olduğunu lisansüstü öğrencilerine özellikle vurgular. Hiçbir ayrıntının göz ardı edilecek kadar önemsiz olmadığını uygulayarak gösterir.

TURİZM DİSİPLİNİNE SAĞLADIĞI KATKI

Yarcan, turist rehberliği mesleğinin katkısı ile uygulama açısından ve akademik zengin altyapısı ile kuramsal açıdan turizm sektörünün tüm bileşenlerini yakından tanıdığı için, çalışmalarında turizmi bireysel ve bütünsel anlamda bir sektör olarak anlatır. Sektörün yapısı, seyahat acenteleri ve rehberlik mesleğiyle ilgili yayınlarının ulusal yazına ve turizm eğitimine önemli katkıları olur. "Turizm Endüstrisinin Yapısı" ve "Seyahat İşletmeleri" adlı yayınları önemli ders kitapları olma özelliğini korumaktadır. Bunun yanında rehberlik mesleğini irdelediği makaleler özgün çalışmalardır; rehberlik mesleği, seyahat acenteleriyle ilişkileri ve rehberliğin etik kuralları üzerinde yayınlar yapar.

Yayınlardan 1994 yılında basılan "Turizm Endüstrisinin Yapısı", turizm ile ilgili kavramları, sektörü ve turizm ürününü bütüncül bir yaklaşımla açıklarken, turizm talebini etkileyen tüm paydaşları teker teker inceleyip ve birbirleri arasındaki ilişkileri yalın bir dille ifade ederek önemli bir açığı kapatır ve özgün bir kaynak olarak yazındaki yerini ve eğitim kaynağı olarak değerini korur. 1995 yılında basılan, kendisi de bir acente işletmecisi olan Metehan Peköz ile birlikte yazdıkları "Seyahat İşletmeleri" kitabı da bu alanda öncü bir kaynaktır. Kitap, genel kuramsal ve yasal çerçevenin dışına çıkarak uygulama alanında verdiği somut örneklerle seyahat işletmeciliği mesleğinin uygulanmasına dönük önemli katkılar sunar. Profesyonel turist rehberliği mesleğinin diğer sektör bileşenleri ile etkileşimi, sorunları, etik uygulamaları alanlarında değerli referans çalışmalarını etki değeri yüksek ulusal ve uluslararası dergilerde yayımlar. Örneğin; 2007 yılında Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımladığı "Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerinde Kavramsal

Bir Değerlendirme” başlıklı makalesi, çok tartışılan rehberlik mesleğinin icrasında karşılaşılan etik sorunları yalın ve etkin bir biçimde anlatır, bu alanda rehberlik camiasında da ses getirir.

Lisans ve yüksek lisans düzeyinde Turizm Endüstrisine Giriş, Seyahat İşletmeleri, Tur Operatörleri, Anadolu Uygarlıkları ve Turizm Coğrafyası derslerinin yanında çeşitli konularda seminerler verir. Turist Rehberleri Birliği tarafından Turizm Eğitimi Ödülü’ne layık görülür (2006).

Yarcan’ın turizm akademisine yaptığı katkılardan bahsederken idari görevlerine de değinmek gerekir. Özellikle, kuruluş aşamasında sırasıyla Ön Lisans Yüksekokulu ve Meslek Yüksekokulu olan, 1996 yılında Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu olarak dört yıllık lisans eğitimine dönüşen Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü bünyesinde Seyahat İşletmeciliği Programı ile Turizm İşletmeciliği Uygulama ve Araştırma Merkezi’nde başkan olarak görev yapar. Ayrıca 2009 yılından beri merkezi Amerika Birleşik Devletleri’nde bulunan International Academy of Culture, Tourism and Hospitality Research isimli kuruluşun üyeleri arasında yer alır.

ÖĞRENCİLERİ VE MESLEKTAŞLARI GÖZÜYLE

Yarcan’ın akademiye ve sektöre yaptığı katkı, şüphesiz yukarıdakiler ile sınırlı değildir. Yetiştirdiği öğrenciler halen farklı üniversitelerde akademik hayatlarına başarı ile devam etmekte, araştırmalarında işbirliği yaptığı bilim insanları da Yarcan’ın bilgiyi bütünleştirme ve yaratma konularında tecrübelerinden sıklıkla faydalanmaktadır. Mezunlardan Erhan Tamur ve Pelin Bardakçı, Yarcan hakkındaki görüşlerini aşağıdaki gibi ifade ederler:

Şükrü Yarcan ile 2005 yılında Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü’nde birinci sınıflara verdiği “Anadolu Uygarlıkları” ve “Turizm’e Giriş” derslerinde tanışırız ve farklı bir akademisyen ile karşı karşıya olduğumuzun farkına varmamız fazla uzun sürmez. Konuya hâkimiyeti ve akıcı anlatımının yanında özellikle dikkatimizi çeken niteliği, kendi akademik araştırma alanının çok ötesine giden, Neandertal evriminden Canetti romanlarına uzanan engin entelektüel birikimi olur. Özverili dersleriyle Anadolu’nun zengin kültür mirasını tanımamız dünya görüşümüzü şekillendirmemizde büyük rol oynar. Zamanla onu daha yakından tanıdıkça, kendisi sadece akademik konularda değil, hayatın her ala-

nında ne zaman başımız sıkışsa kapısını çalabileceğimiz bir danışman, bir yol gösterici haline gelir.

Bunların yanında, büyük fedakârlıklarla düzenlediği birbirinden ilginç İstanbul turları ufkumuzu genişletir; en ince ayrıntısına kadar düşünüp tamamen kendi çabaları ve bağlantılarıyla hayata geçirdiği stajlar eşsiz mesleki deneyim sağlar. Ve belki de en önemlisi, bize mesleki ve şahsi etiğin ne anlama geldiğini, sadece derslerinde değil, kendi yaşamında, deyim yerindeyse, “uygulamalı” olarak gösterir. Lisans sonrası akademik öğrenimimize devam etme kararımızda kendisinin büyük etkisi ve desteği olmuştur. Yaşamımızın her döneminde, her önemli karar aşamasında fikirlerine mutlaka başvururuz, hala her konuşmamızda yeni bir şeyler öğrenmeye devam ederiz. Artık başka ülkelerde olsak da her sıkıntımızda yanımızda olacağını, türlü fedakârlıklarla bize yardımcı olmaya çalışacağını biliriz.

Ulusal turizm akademisinin önemli isimlerinden Meral Korzay, Yarcan hakkındaki düşüncelerini şöyle ifade eder:

Şükrü Yarcan’ın eğitimindeki çeşitlilik ve geniş yelpaze, devamlı kendini geliştirme ve yeni şeyler öğrenme şevki, harika iş ve arkadaş ağı kendisine çeşitli ortamlarda beceri ve uzmanlık kazandırır. Meslek ve akademik yaşamında sektör / kamu kuruluşları ve akademik çalışmalarını koordine edip mükemmel projelere akıl almaz bir tevazuu ile imza atmayı başarır. En önemli özelliklerinden biri de 1978 yılından beri başta Boğaziçi Üniversitesi Turizm eğitimi için titizlikle geliştirdiği müfredat ve de aynı titizlik ve itina ile eğitim kadroları, ayrıca İstanbul Üniversitesi ve Nişantaşı Üniversitesi için de büyük bir kazanç olduğu gibi akademik ve uygulamalı turizm eğitimine ve sektöre de yeni ufuklar açar. Bütün araştırmalarında da öğrenci ve meslektaşları ile uyum içinde yer vererek projeler gerçekleştirir. Her çalışmasında öğrencilerine ve meslektaşlarına paydaşlıklarından gurur duyurur ve titizlikle referanslarını verir. Kısacası Yarcan kendinden çok çevresi ve ailesi için yaşayan dostluklara çok önem veren bir akademisyendir. Yetiştirdiğin pırıl pırıl öğrencilerle ne kadar övünsen azdır.

Yarcan ve Meral Korzay ile birlikte Boğaziçi Üniversitesi Meslek Yüksekokulu ve Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü’nün kurulmasında öncülük yapmış başka bir akademisyen olan Pınar Sayıt, Yarcan’ı şu şekilde anlatır:

Yarcan ile 1978 yılında Boğaziçi Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü’nde meslektaş olarak tanışırım. O yıldan bu güne de dostluğumuz devam ediyor. Yarcan, mesleğini seven, özellikle öğrencilere önemli katkılarda bulunmaya özen gösteren bir akademisyendir. Turizm ile ilgili ders

kitapları ve çok sayıda makalelerinin yanı sıra, Türkiye tarihi ve kültürü hakkındaengin bilgisi vardır; kütüphanesi çok geniştir. Büyük küçük herkese karşı çok saygılıdır, düşünceli ve naziktir, kimseyi kırmak istemez. Bununla beraber adalet duygusu kuvvetlidir; başkalarının haklarını korurken aynı zamanda kendi hakkını da sonuna kadar savunur. Öğrencilerle ilişkisi her zaman çok iyi ve destekleyici olur; kapısı onlara hep açıktır. Hala birçok mezunumuz ile görüşür, onların kariyerlerini, başarılarını izler. Güvenlidir, verdiği sözü muhakkak tutar. Sevdiği kişilere karşı özverili ve yardımseverdir.

Çalışma arkadaşları ve öğrencilerin yorumlarında da Yarcan'ın titiz, çalışkan, yardımsever, ahlaki değerleri önemseyen kişiliği yanında, Türk turizmine gerek bir bilim insanı, gerekse yönetici olarak katkıları ön plana çıkmaktadır. Yarcan, mütevazı kişiliği, insani değerleri, feraseti, kuramsal ve uygulamaya dönük altyapısı sayesinde etkileşime geçtiği her kişide olumlu bir iz bırakır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sonuç olarak Yarcan, Türkiye'nin birinci nesil turizm akademisyenleri arasında uygulamadan gelen nadir akademisyenlerdendir. Yarcan, uygulamadaki deneyimini ve teorik bilgilerini kullanarak akademik yazına özgün katkıları, yetiştirdiği öğrenciler ve rehberlik mesleğinin gelişimine katkıları ile ulusal ve uluslararası turizm sektöründe kalıcı etkiler bırakır. Bu somut katkılar yanında insani ve ahlaki değerleriyle öğrencilerine her zaman ilkelerini benimsetebilmeyi başarır, diğer akademisyenler için de önemli bir rol modeli olur. Yarcan, halen ders ve seminer vermekte, özel turlara rehberlik yapmakta; aynı zamanda, özellikle turist rehberliği alanında akademik araştırmalarına devam etmektedir. Gelecekte turizme yaptığı katkıların artarak devam edeceğini kestirmek güç değildir. Kendisinden çok şey öğrendim, hissettiğim gurur yanında bunları öğrencilerime aktarmayı ve geliştirerek paylaşmanın sorumluluğunu her zaman hissediyorum.

SEÇİLMİŞ YAYINLARI

- Alvarez, M. D., İnelmen, K. ve Yarcan, Ş. (2009). Do Perceptions Change? A Comparative Study, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (2): 401-418.
- Alvarez, Maria, D. ve Yarcan, Ş. (2010). Istanbul as a World City: A Cultural Perspective, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (23): 266-276.

- Çetin, G. ve Yarcan, Ş. (2017). The Professional Relationship between Tour Guides and Tour Operators, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17 (4): 345-357.
- Dülger, S., Girişken, G., Yıldız, E. ve Yarcan, Ş. (2005). Pre- and Post-Visit Images of Turkey: A Descriptive Study of Us Travelers, *Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1-2): 35-57.
- Yarcan, Ş. (1986). Günlük Şehir Turları, *TÜRSAB Turizm Dergisi*, 42 (Mart): 19-21.
- Yarcan, Ş. (1987). Foreign Joint Ventures in the Turkish Tourism Industry, *Middle East Business and Banking*, 2 (Şubat): 18-21.
- Yarcan, Ş. (1987). Turizm Endüstrisinde Yabancı Sermaye Ortaklı İşletmeler, *TÜRSAB Turizm Dergisi*, 55 (Nisan): 31-33.
- Yarcan, Ş. (1990). The Changing Image of Turkey from a Vertical to Horizontal View, *Middle East Business and Banking*, 1 (Ocak): 13-17.
- Yarcan, Ş. (1994). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Yarcan, Ş. (1996). *Türkiye'de Turizm ve Uluslararasılaşma*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Yarcan, Ş. (2004). *Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Panelleri*. Rehber Dünyası, 36, (Haziran): 48-51.
- Yarcan, Ş. (2007). Coping with Continuous Crises: The Case of Turkish Inbound Tourism, *Middle Eastern Studies*, 43 (5): 779-794.
- Yarcan, Ş. (2007). Haliç'te Kültürel Bir Gezi: Fener. İçinde; A. E. Bilgili (Der.). *İstanbul Kültür - İstanbul Turizm* (ss. 267-278). İstanbul: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayını.
- Yarcan, Ş. (2007). Lonely Planet'ten Şehir Manzaraları: Kent Rehberinde İstanbul'un Temsili, *İstanbul*, 59: 122-125.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1): 33-44.
- Yarcan, Ş. (2009). Balat ve Galata'da Yahudi Kültürü Üzerine Bir Gezi. İçinde; A. E. Bilgili, (Der.). *İstanbul Kültür - İstanbul Turizm* (ss. 325-340). İstanbul: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayını.
- Yarcan, Ş. (2013). Kültür Turizmi Küçüktür Ama: İstanbul Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme, *Resort Dergisi*, (Kasım): 120-136.
- Yarcan, Ş. 1984. Turizm Endüstrisinde Yabancı Sermaye mi? *Yeni İş Dünyası*, 56 (Haziran): 27-33.
- Yarcan, Ş. ve Ertuna, B. (2002). What You Encourage is What You Get: The Case of Turkish Inbound International Tourism, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 13 (2): 159-183.
- Yarcan, Ş. ve İnelmen, K. (2006). Perceived Image of Turkey by US Citizen Cultural Tourists, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17 (2): 305-313.
- Yarcan, Ş., ve Akçura, G. (1989). İstanbul'un Eski Bir Tur Programı, *TÜRSAB Turizm Dergisi*, 77 (Şubat): 38-39.
- Yarcan, Ş. ve Peköz, M. (1995). *Seyahat İşletmeleri*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

YÖNETTİĞİ TEZLER

- Kurtuluş Kıvanç, Ş. (2011). Kültür Turizmi ve Kentsel Turizm Yönelik Ürün İncelemesi (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özoğul, O. (2010). Seyahat Araçlarının Destinasyon Seçimi ve Destinasyon İmajı Üzerindeki Etkileri (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Sezgin, E. (1998). Seyahat İşletmelerinde Bütünleşme ve Teknoloji (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sezgin, E. (2003). Bilişim Teknolojileri ve Finansal Yapılanma Sürecinde Bütünleşmiş Türk Tur Operatörleri İçin Bir Uygulama ve Model Önerisi (*Doktora Tezi*). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürel ÇETİN, Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Beyazıt, 34452 Fatih, İstanbul.
E-posta: gurelc@istanbul.edu.tr

Şule Çetin Portresi: Bir Turizm Öncüsü

Sevda SAHİLLİ BİRDİR

Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Türkiye’de 1980’li yıllardan sonra özellikle devlet tarafından sağlanan teşvik ve kredi kolaylıkları, turizm yatırımlarının artmasına ve gelişmesine olanak sağlar. Buna bağlı olarak turizm geliri ve istihdam olanakları da beraberinde artmaya başlar. Özellikle turizm sektöründe çalışacak kişilerin sayısının artması gündeme gelir ancak işletmelerde hizmet verecek kişilerin sektörün beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde eğitilmeleri gerektiği dikkate alınmaz. Bu plansız büyümenin beraberinde doğurduğu en önemli sorun, turizm sektörü çalışanlarının temel eğitimden ve özellikle nitelikli mesleki eğitimden yoksun olmalarıdır. Dünya Turizm Örgütü tarafından çeşitli ülkelerde yapılan “Otelcilik Endüstrisinin Temel Sorunları” konulu bir araştırma, mesleki eğitimin turizm sektörünün en önemli sorunu olduğunu ortaya koymaktadır (T.C. Turizm Bakanlığı 1994; Çetin 1999; Olcay 2008).

Dr. Şule Çetin, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’ne bağlı olarak 1979 yılında Mersin’de faaliyet vermeye başlayan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yük-sekokulu’nda (günümüzdeki adı Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi) görev yapmaya başlar. Turizm eğitimi ve turizm eğitimi gören elemanların istihdam sorunları ve turizm sektörüne mutfak elemanı yetiştirmeye yönelik eğitim programlarının değerlendirilmesi ile ilgili yapmış olduğu çalışma-

larında turizm eğitiminin önemine dikkat çeker ve aşçılık eğitime yönelik eğitim programlarının değerlendirilmesi üzerine yazdığı tezi ile aşçılık eğitiminin daha yararlı olması için bir model program önerisi geliştirir. Çetin, tezleri ile alanında yapılan öncü çalışmalara imza atar. Yapmış olduğu araştırmalar için “yararlanılmasında uygulama değeri olan çalışmalar” olarak nitelenir.

Öğrenmeye karşı büyük bir hevesi olan, almış olduğu eğitimi öğrencilerine aktarmaya çalışan, çalışmalarında titiz ve özverili olan ve hem hocam hem de nikâh şahitliğini yapan Çetin’in, portresini yazma şansına sahip olduğumdan dolayı kıvanç doluyum. Bu çalışma ile genç akademisyenlere bu değerli “turizm emekçisini” tanıma fırsatı sunduğumuzu umuyorum.

YAŞAMI VE AKADEMİK KARIYERİ

Şule Çetin, Yorgos/Kıbrıs’ta yedi çocuklu bir ailede doğar (1948). Lefke’de büyür. İlk, orta ve lise eğitimini Kıbrıs’ta tamamlar. Lise eğitimini Lefke Ticaret Lisesi’nde (İngilizce eğitim) pekiyi derece ile tamamlar. Lisans öğrenimini Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu’nda yapar. O dönemde Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu’na öğretmen adayı alınırken öğrencilerin özel olarak seçildiğini ve mutlaka sözlü sınava tabi tutulduklarını ifade eden Çetin, sınavları geçerek lisans öğrenimine 1968 yılında başlar. Turizm ihtisas şubesinden

mezun olarak tamamlar (1973). Lisans döneminde aldığı derslerin çok donanımlı olduğunu ve bunun kendi eğitim gelişimine olumlu yansıdığını dile getiren Çetin, Turizm Coğrafyası dersini, turizm konusunda dönemin yetkin isimlerinden Selâhattin Çoruh'tan (Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesi müdürü) alır. Öğretim elemanlarının bazılarının Amerika Birleşik Devletleri'nde eğitim almış alanında uzman hocalar olduğunu vurgulayan Çetin, Tarihçi Enver Behnan Şapolyo ve alanında uzman pek çok öğretim elemanları/öğretim üyelerinden ders alır. Haftada 12 saat İngilizce dersine ek olarak, lise ve lisans öğrenciliği süresince Fransızca dersi alır ve pekiyi derece ile mezun olur.

Lisans mezuniyetinin sonrasında, kura ile Konya Ereğli'ye öğretmen olarak atanır (1973). Ereğli Ticaret Lisesi'nde "Meslek Dersleri Öğretmeni" olarak çalışan Çetin, Mersin Otelcilik Lisesi'ne geçmek için Bakanlığın açtığı kurslara katılır. Ankara'da 6 ay süren kurs sonunda, eşyle birlikte en yüksek puanla kursu bitirerek Mersin Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesine "Meslek Dersleri Öğretmeni" olarak atanır (1979). Çocukluğundaki "Öğretmen" olma hayali ve halasının kendisi için "*Şule, çok akıllı bir kız; öğretmen olacak ve onunla köyleri dolaşacağım*" sözlerini gerçekleştirmiş olur. Turizmin içinde ve turizme gönül vermiş biri olan Çetin, bu noktadan itibaren kendini bir turizm öğretmeni olarak geliştirme çalışmalarına başlar. Bir yandan öğretmenliğe devam ederken, bir yandan da Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda ders verir. Aynı okulda araştırma görevlisi olarak çalışmaya başlar (1983). Yüksekokul'da ilk önce Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü dersini verir. İletişim, Turizm Coğrafyası, Kat Hizmetleri, Temizlik ve Hijyen, kariyerinin ilk dönemlerinde verdiği dersler arasındadır. O dönemde Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü ve verdiği tüm derslerle ilgili kaynaklarını paylaşan Prof. Dr. Meral Korzay'ı takdir ve kendisine teşekkürlerini sunar. İdari bilimler alanında yüksek lisans öğrenimine devam etmek isterken programın açılmaması üzerine, dönemin yüksekokul müdürü Prof. Dr. Halil Yılmaz'ın yönlendirmesi ile eğitim bilimlerine yönelir. Sonrasında da, Mersin Tu-

rizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmalarına devam eder (1986).

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı'nda "Eğitim" dalında "Bilim Uzmanı" unvanını alır (1987). Daha sonra Yüksekokul'daki görevine devam eden Çetin, Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı İçel İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen "10. Dünya Gıda Günü"ne (16 Ekim 1990) konuşmacı olarak katılır. İlerleyen yıllarda doktora öğrenimine başlar ve Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı'nda "Bilim Doktoru" unvanını alır (1994). Yüksek lisans ve doktora öğrenimi sırasında tanıştığı Prof. Dr. Altan Eserpek, Prof. Dr. Adil Türkoğlu, Dr. Ali Temel, Prof. Dr. Fikri Akdeniz, Mehlika Balanlıoğlu ve Lütfiye Akçay gibi öğretim elemanlarından etkilendiğini, iyi bir eğitim aldığını ve bilimsel çalışmalarında en çok feyz aldığı isimler olduğunu vurgular. Ancak, Altan Eserpek için, kendisinin dünyasını değiştirdiğini ifade eder. "*Eğitimin, akademisyenliğin ne olduğunu ondan öğrendim. Bir danışman ve asistan arasındaki ilişkiyi ondan öğrendim*" diyen Çetin, Eserpek'in derslerinin hiç bitmesini istemediğine dikkat çeker. Çalışma süresince, büyük bir özveri ve sabırla kendisini yönlendiren Eserpek'e minnet ve şükranlarını söz ile ifade etmesinin mümkün olmadığını dile getirir. Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda görev yapan öğretim elemanlarından Prof. Dr. Bahar Taner ve Öğr. Gör. Fikri Bilgin'in destek ve katkılarını gördüğünü, diğer öğretim elemanlarının da manevi destek verdiklerine vurgu yapar.

Çetin, Adana ve Mersin'de yer alan Seyahat acentelerinin mevcut durumunu tespit etmek üzere Altan Eserpek ile düzenledikleri seminerin Türkiye'de bir ilk olduğunu vurgular. Daha sonra da seminer, Yüksekokul'un ilk sunumu olarak Atlıhan Otel'de gerçekleşir ve radyoda da yayınlanır.

Çetin, Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Yardımcı Doçent kadrosunda atanır (1994). Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü staj komisyonlarında koordinatör, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölü-

mü başkan yardımcılığı ve Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu müdür yardımcılığı görevlerini yürütür. Mersin Orduvleri Müdürlüğü emrinde garson olarak görev yapan erbaş/erlere 20-21 Kasım 2003 tarihleri arasında "Servis ve Sanitasyon, Yiyecek-İçecek Üretimi, Bar Hizmetleri ve Masa Düzeni" konularında eğitim vermek üzere Rektörlük tarafından görevlendirilir. "Yüksekokulun Kuruluşunun 25. Yılı Etkinlikleri" kapsamında düzenlenecek bilimsel konferans, seminer, panel ve diğer etkinliklerin koordinasyonunun sağlanması için yüksekokul müdürlüğü tarafından genel sekreter olarak görevlendirilir (2004). Çetin'in değerli katkılarının da olduğu "Referandum sonrası Türkiye, KKTC ve AB ilişkileri" konulu panel, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Kıbrıs Türk Kültür Derneği Mersin Şubesi işbirliğiyle 26 Mart 2007 tarihinde organize edilir.

Öğretim üyeliği boyunca lisans ve lisansüstü programlarında Yiyecek-İçecek-I, Yiyecek-İçecek-II, Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi, Restoran ve Servis Hizmetleri Yönetimi, Mutfak ve Yiyecek-İçecek Yönetiminde Sanitasyon derslerini yürütür. Çetin, lisansüstü programda bir tez yönetmiş olup, "Catering İşletmelerinin Tesis Dışı Ziyafet Organizasyonlarında Uygulanan Kalite Kontrol Sürecinin İncelenmesi" adını taşır. Lisans ve lisansüstü uygulamalı dersleri için çevredeki otel işletmeleriyle anlaşmalar imzalayan Çetin, uygulama yeri bulamadığı zamanlarda, kendi evini açarak öğrencilerin uygulama yapmalarına olanak sağlar. Evli ve iki çocuk sahibi olan Çetin, 15 Mart 2008 tarihinde emekli olur.

TURİZM EĞİTİMİNE KATKILARI

Çetin'in turizm alanında ilk olan tez çalışmaları, alana da önemli katkılar sağlar, önemli çalışmalar olarak dikkat çeker. Yüksek lisans tezinde "Turizm Eğitimi ve Turizm Eğitimi Gören Elemanların İstihdam Sorunları", doktora tezinde "Turizm Endüstrisine Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi" ve yüksek lisans tezinin devamı niteliğini taşıyan doçentlik başvurusu için yaptığı çalışma olan "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Eğitimi Alan Elemanların İstihdam Sorunları"nu irdeleyen tez çalışmalarını ortaya koyar.

"Turizm Eğitimi ve Turizm Eğitimi Gören Elemanların İstihdam Sorunları" üzerine yazdığı yüksek lisans tezinde, Mersin'de bulunan ve farklı düzeylerde (lisans, ön lisans ve lise) turizm eğitimi veren okullardan mezun gençlerin istihdam sorunlarının neler olduğunu araştırır. Farklı düzeylerde turizm eğitimi alan mezunların yarısının turizm eğitimini bilinçsizce seçtiklerini bulular. Turizm eğitimi alan mezunlar ile sektördeki otel yöneticilerinin, verilen turizm eğitiminin yeterli olmadığı görüşüne sahip olduklarını tespit eder. Öte yandan, turizm eğitimi gören gençlerin turizm eğitime karşı olumsuz tutum geliştirmelerinde, turizm eğitiminin genel yetersizliğinin önemli bir etken olduğu görüşünü savunur.

Çetin, doktora tezini yazdığı dönemde, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli eleman yetiştiren eğitim programlarının değerlendirilmesi ile ilgili yapılan çalışmaların çok yeni olduğuna dikkat çeker. Turizm sektöründe çalışan ticari mutfak elemanlarının sayısının az olmakla beraber, usta-çırak ilişkisi üzerine kurulu olduğunu tespit eder. Tezinde, Türkiye'de ticari mutfak elemanı yetiştirmeye yönelik ortaöğretim ve kurslar düzeyinde yoğunlaştırılmış eğitim programlarını değerlendirir. O dönemde, Türkiye'de mevcut turizm eğitimiyle, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu niteliklerde ve sayıda meslek elemanı yetiştirilememesinin belli başlı nedenleri arasında, (1) her düzeydeki turizm eğitim programlarının amaca uygun hazırlanmaması, (2) turizm sektörünün bu yönlü ihtiyaçlarının sağlıklı bir şekilde belirlenememesi ve (3) turizm sektörünün turizm eğitime yeterince destek sağlamaması gibi faktörlerin etki ettiğine vurgu yapar.

"Turizm Endüstrisine Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi" adlı doktora tezinde, mutfak elemanı yetiştiren örgün ve kurs programlarının eğitimcileri ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde görevli yönetici ve aşçıbaşlıların aşçılık eğitim programlarına ilişkin görüşlerini saptamak ve bu görüşler ışığında yeni bir eğitim programı modeli önermeyi amaçlar. Bu doğrultuda, yiyecek-içecek hazırlama ve sunma hizmetlerini yerine getirecek elemanların yetiştirilmesi amacıyla

uygulanan eğitim programlarının değerlendirilmesi, bu konuda karşılaşılan sorunları saptama, mutfak elemanlarının profilini belirleme ve gelecekteki çalışmalara ışık tutacak öneriler getiren bilimsel araştırmalar yeterince yapılmadığından, araştırmacının bu yönü ile önemli olduğu vurgusu yapılır. Bu araştırma, ulusal turizm sektörünün mutfak elemanı bakımından gerçek durumunu belirlemesi açısından da önem taşımaktadır. Çalışmada, eğitici, yönetici ve aşçıbaşlarının konuya ilişkin görüş ve önerileri dikkate alınır.

Alanında yapılan ilk çalışma olma özelliğini taşıyan doktora tezi ile aşçılık eğitiminin daha yararlı olması için bir model program önerisi geliştirir. Tezin yazıldığı dönemde uygulanan aşçılık eğitim programları ile yiyecek ve turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu yeterli sayı ve nitelikte aşçı yetiştirilememesine istinaden aşçılık eğitimi model program önerisinde aşçılık eğitimi üç bölüm halinde düşünülür. Bunlar; kısa süreli kurslar (temelden uzmanlığa doğru bir eğitim verilmesi), otelcilik ve turizm meslek lisesi mutfak bölümü (verilen eğitim programının geliştirilmesi önerilmiş) ve aşçılık okulu (verilen eğitim programında değişiklikler önerilmiş). Tezde her bir eğitim programının hangi koşullarda daha etkin ve verimli eğitim verebileceğine yönelik öneriler yer alır.

Çetin'in özgün çalışması, "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Eğitimi Alan Elemanların İstihdam Sorunları"nı irdelemektedir. Bu çalışmada, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu mezunu gençlerin istihdam sorunlarının neler olduğunu araştırır ve araştırmacı tarafından yaklaşık on yıl önce benzer bir amaçla hazırlanmış araştırmacının bulguları ile bu araştırmacının sonuçlarını karşılaştırır.

Kendisiyle yapılan görüşmede, Prof. Dr. Meriem Akoğlan Kozak (Anadolu Üniversitesi öğretim üyesi) ve Prof. Dr. Nazmi Kozak (Anadolu Üniversitesi öğretim üyesi) tarafından, 23-27 Nisan 2008 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen 4. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'ne davet aldığını ifade eder. Çetin'e kongrenin son gecesi "Turizm Eğitimine Katkı Verenler" plaketi takdim edilir. İlk emeklilik plaketi almış olmaktan dolayı mutlu olduğunu

vurgulayan Çetin, kongrede yaklaşık 50 dolayında arkadaşının da olduğuna dikkat çekerek, bir duygu seli içerisinde plaketi aldığını ifade eder.

ÇALIŞMA ARKADAŞLARI GÖZÜYLE...

Yüksekokulun kurucularından ve uzun yıllar yüksekokul müdürlüğü yapan Prof. Dr. Bilge Dilmen (Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu emekli öğretim üyesi), çalışma arkadaşı için şu cümleleri kurar:

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı'nda doktora derecesini tamamlayan Çetin, yapmış olduğu çalışmalarında, turizm sektöründe önemli bir role sahip olan mutfak bölümü çalışanlarının eğitiminde karşılaşılan sorunların saptanmasında ve gelecekte yeterli sayıda ve nitelikli aşçıların yetiştirilebilmesinde bir sistem önerisinde bulunarak bu alanda hem önemli bir boşluğu doldurur hem de bu konuda yapılacak diğer çalışmalara ortam hazırlar. Çetin, mesleğinde başarılı ve görevine çok bağlı bir akademisyendir.

Prof. Dr. Bahar Taner (Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi emekli öğretim üyesi), yakın dostu ve çalışma arkadaşı Çetin'i şu cümlelerle anlatır:

Şule ile 1980'li yılların sonunda Mersin'de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'na yarı zamanlı ders vermek üzere başladığım dönemde tanışırız. Cana yakınlığı ve o hoş Kıbrıs ağzıyla güçlü bir bağın temelleri atılır aramızda. Şule ile başlayan iş arkadaşlığımız daha sonra okul yönetiminde beraber çalışmamızla güçlenir. Milli Eğitim'den gelen deneyimini güçlendirerek eğitim yaşamına da yansıtır ve çalışmalarında her zaman çok dikkatli, çok titiz, çok çalışkan bir tutum sergiler. Şule, büyük bir el kopyası uzmanıydı, hani avuç içine yazılan, ortaya çıkınca da çalışma notları gibi 'masumane' kılıflar uydurulan durumlar. Akademi, öğretim elemanlarına gençlere bir model olma ve mentorluk yapma için de fırsat tanır. Şule de, akademisyen olmayı seçen ve daha sonra birlikte çalıştığımız mezunlarımıza o yıllarda olumlu yönlendirmeler yapan ve onlara kol-kanat geren biridir.

Nadya Baltalı'nın (Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu emekli öğretim elemanı), yakın dostu ve çalışma arkadaşı ile ilgili anlatımı şöyledir:

Şule Çetin ile 1983 yılında okulumuza başladığı zaman tanışırım. Yıllarca aynı odayı paylaşıyoruz. Zamanla çok iyi arkadaş, dost oluruz. Şu anda ise aileden biri gibiyiz. Şule, hem arkadaşlarına hem de öğrencilerine karşı merhametli, sevecen ve kibardır. Çok iyi

bir öğretmen ve eğitimidir. Çok sınırlı koşullarda ve kısa sürede öğrencilerine öğretebileceği şeylerin tamamını öğretmeye çalışır. En çok sorunu da mutfak dersleri için uygulama yeri bulmada yaşar. Kendisiyle 13 yıl keyifle çalıştım. Bence her öğretmenin onun gibi bir rehberi, her öğrencinin de Şule Hoca gibi bir öğretmeni olmalıdır.

Esat Ergün (Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu emekli öğretim elemanı) ise çalışma arkadaşı Çetin'le ilgili şu cümleleri kurar:

Şule Çetin, sevgi dolu anne yüreğine bir de koskoca eğitimci sabrı yerleştiren herkesin sevdiği bir arkadaş ve yoldaş konumundadır. O Kıbrıs şivesi ile her zaman gönlümüzün kaynanası, dertlerin ortağı, okulun enerji kaynağı, sağlam karakteriyle denge unsurudur. Kim isterse gocunmadan yardım elini uzatan, dost gibi dost, insan gibi insandır.

Perihan Saydan Pazarbaşı (Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu emekli öğretim elemanı) dost ve çalışma arkadaşı olan Çetin'i şu cümlelerle anlatır:

1979 yılında Turizm ve Otelcilik Lisesi'ne İngilizce Öğretmeni olarak atanırım. Aynı yıl Çetin'in de ataması gerçekleşir. Bu durum daha sonra dostluğa dönüşecek bir arkadaşlığın başlangıcı olur. İşte, çok sevgili Çetin Ailesi'ni de ilk gördüğümde, aramızda gözle görülmeyen, elle tutulmayan ama varlığını yoğun olarak hissettiğim bir güven, dostluk duygusu oluşmaya başlar. Birlikte çalıştığımız yıllarda iyisiyle kötüsüyle birçok deneyimimiz olur. O günlerden bu yana 37 yıl geçmiş, dile kolay!. Bazı insanlar vardır, duru su gibidir; baktığınız zaman dibini görürsünüz. İşte, Şule de öyledir. Gerek akademik kimliği, gerekse dayanışmacı ve samimi oluşu ile hafızamda yer edindir.

Avukat Fügen Arel (Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim elemanı), dost ve çalışma arkadaşı Çetin'in son derece dayanışmacı ve şefkatli olduğunu ve öğrencilerini bir aile üyesi gibi sahiplendiğinin altını çizer. Geçmişte iş ortamını beraber paylaşan, kendisiyle yakın arkadaş olma şansına sahip olan kişiler Çetin'i hem akademik kimliği hem de duyarlı kişiliğe sahip olması nedeniyle takdirle anmaktadırlar.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizmin içinde, turizme gönül vermiş biri olarak, kariyerini turizmde şekillendiren Şule Çetin,

özellikle Türkiye'deki aşçıların eğitim programlarının ana hatlarını belirleme konusunda çalışmalar yürütür. Alanında yapılan ilk çalışma olma özelliğini taşıyan doktora tezi ile aşçılık eğitiminin daha yararlı olması için bir model program önerisi geliştirir. Çeyrek yüzyıl süren akademik kariyer yolculuğunda titiz, çalışkan, araştırmacı, üretken ve bilgilerini yeni nesile aktarabilen bir akademisyen olur. Akademik kimliği ile birlikte insani değerlere önem veren tutum ve davranışlara sahip oluşu, meslektaşları ve öğrencileri arasında takdir edilir. Öğrencilerine her zaman, bulunacakları ortamlarda, nasıl davranmaları gerektiği konusunda tavsiyeler vererek, zihinlerinde her zaman anaç bir tavır ile yer alır. Halen emekli olan Çetin, yaptığı önemli çalışmalar ile turizm akademisyenleri arasında yerini alır.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Çetin, Ş. (1988). Mersin'de Turizm Eğitimi Gören Elemanların İstihdam Sorunları, *Turizm İşletmeciliği Dergisi*, 1: 25-29.
- Çetin, Ş. (1991). Staj Uygulamasına İlişkin Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *International Tourism Magazine*, 6 (66): 9.
- Çetin, Ş. (1992). Öğretmenlik Formasyon Programının Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlar, *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (5): 86-104.
- Çetin, Ş. (1995). Turizm Endüstrisine Mutfak Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi, Tez Özeti: Prof. Dr. Zafer Doğan Anı Kitabı. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını, No: 578: 237-244.
- Çetin, Ş. (1995). Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Genel Profili ve Eğitim-Öğretim Sorunları, Turizm Eğitiminde Uygulama Sorunları Seminer ve Atölye Çalışmaları, *TUGEV Seçme Makaleler Dergisi*, 35: 70-95.
- Çetin, Ş. (1995). Türkiye, Fransa, İngiltere ve Avusturya'nın Aşçılık Eğitim Programlarının Karşılaştırılması, *IV. Ulusal Turizm Kongresi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın: Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 227-242.
- Çetin, Ş. (1996). Tourism Education in Turkey, An Encyclopedia of International Tourism, *Tourism Trends In Western Europe*, Toulouse Üniversitesi, Paris: Serdi Publisher, 219-222.
- Çetin, Ş. (1999). *Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Eğitimi Alan Elemanların İstihdam Sorunları*, Özgün Araştırma. Mersin: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Çetin, Ş. (2002). Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O. Mezunlarının Ne Kadarının Sektörde ve Aldıkları Eğitimle İlgili Bir İşte Çalıştıklarına Dair Bir Araştırma. *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop*.
- Çetin, Ş. (2002). *Yiyecek – İçecek Yönetimi-I. Ders Notu*. Mersin Üniversitesi Yayını.

- Çetin, Ş. (2003). *Yiyecek – İçecek Yönetimi-II. Ders Notu*. Mersin Üniversitesi Yayını.
- Çetin, Ş. (2005). Öğrenci Stajlarında Yararlanılan Dersler Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2): 153-169.
- Çetin, Ş. (2005). Ağır İletmelerinde Başarılı Lider-Yönetici Tipolojisi: Kavramsal Bir Çalışma, *SOİD: Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2 (4): 14-21.
- Çetin, Ş. (2007). Tesis Dışı ziyafet Organizasyonlarında Uygulanan Kalite Kontrol Sürecinin İncelenmesi: Adana İlinde Faaliyet Gösteren Beş Catering İşletmesi Üzerinde Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1): 75-89.

KAYNAKÇA

- Çetin, Ş. (1987). Turizm Eğitimi ve Turizm Eğitimi Gören Elemanların İstihdam Sorunları (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çetin, Ş. (1993). Turizm Endüstrisine Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi (*Basılmamış Doktora Tezi*). Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetin, Ş. (1999). Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Eğitimi Alan Elemanların İstihdam Sorunları (*Basılmamış Özgün Araştırma*). Mersin: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O.
- Olçay, A. (2008). Türk Turizminde Eğitimin Önemi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2): 381-390.
- T.C. Turizm Bakanlığı (1994). *Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması: 1993*. Ankara: Levent Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık.

Sevda SAHİLLİ BİRDİR, Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Çiftlikköy Kampüsü, Yenişehir, Mersin.

E-posta: birdirss@mersin.edu.tr

Akademik Turizm Yayıncılığı ve Hüseyin Yıldırım

Hasan GÜLSAÇAN

Detay Yayıncılık

GİRİŞ

Birkaç yıl önce, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, turizm alanına katkı vermiş kişilerin yaşam öykülerini yayınlamaya başlar. Sohbet sırasında Nazmi Kozak'ın "Hüseyin Yıldırım'ı sen yazar mısın?" demesiyle ortaya çıkan bu yazı, öncelikle bir "yaşam öyküsü" ya da "anı" değildir. Akademik bir dergide yayınlanıyor olsa da, bir makale hiç değildir. Uzun zaman öncesinden tanıdığım bir dost(un)/abinin gözlemlediğim, bende kalan yaşam kesitlerinin ayrıntıya girmeden paylaşımıdır. Kitap/yayıncılık sektöründe uzun yıllar emek vermiş, bu sektörün mutfağından yetişmiş bir insanı anlatmanın hem zor hem de her zaman eksik kalacağının farkındayım. Bu derginin/yazının okurları doğal olarak (şimdi veya daha sonra) çalışma ortaklarımız -umarız- olacaktır. Denildiği gibi, "yaşayarak öğrenmek" en doğrusudur.

KÖYDE DOĞUP ANKARA'DA BÜYÜMEK

Hüseyin Yıldırım, Halis'ten olma Zöhre'den doğma, nüfus kayıtlarına göre 1958, kendi beyanına

göre 1956 yılında, Erzincan ili, İliç ilçesinde doğar. Dört kardeşin en büyüğüdür. İlkokul ikinci sınıfa kadar köyde okur. Babası Ankara'da bir cam atölyesinde çalışmaktadır. Geçim derdi belası, "gurbet" olarak mektuplara ve türkülere sinmeye başlar. Özlemler ve kavuşmalar yaz izinlerinde giderilmekte, çoluk-çocuğun hali bu kısacık aralarda hallolmaktadır. Bu izinlerden birisinde öğretmeni babasına, "Bu çocuğu Ankara'ya götür, orada okusun" der. Baba-oğul Ankara'nın yolunu tutarlar. Ankara'nın gecekondu semtlerinden olan Altındağ'da bulunan Hıdırlıktepe İlkokulu'na üçüncü sınıftan başlar. Okul bitene kadar aileden uzakta, baba-oğul tek başlarına yaşarlar.

Aynı mahallede Atıf Bey Ortaokulu'na başladığı dönem aile köyden Ankara'ya taşınır. Evdeki yalnızlık ve hasret biter. Ortaokul bitiminden sonra Yıldırım Beyazıt Lisesi'ne kaydını yaptırır. Hesapta olmayan ise, ailenin gelişi ile ortaya çıkan ekonomik zorluklardır. Babanın maaşı altı kişilik nüfusa yetmemektedir. Lisenin gece bö-

lümüne geçer, gündüzleri de çalışarak ev ekonomisine katkı sağlayacaktır böylece. Evin büyük oğlu olarak bu sorumluluk ona aittir. İlk işi olarak (amcasının oğlu ile birlikte) simit satmaya başlar. Bunu, ayakkabı boyacılığı, açık hava sinemalarında çekirdek ve kola satılması izler. Gençlik Parkı'ndaki lokantalarda (burada Zeki Müren ile tanışır, sonraki sayfalarda anlatılacaktır) komi olarak çalışır. Yorucu ve yıpratıcıdır çalışma şartları. Diğer yandan da, akşam da okul ve dersleri aksatmamak gerekmektedir.

Kitap okumayı çok sever Hüseyin Yıldırım. Okul kütüphanesinin müdavimidir. Kendi söylemiyle, yolda gördüğü kâğıt parçasını dahi alır okur. İlginç olan ise, o güne kadar henüz bir tane bile *kitapçı dükkânı* görmemiş olmasıdır. Çalıştığı muhasebeciye bir kitap gerekir. Dükkân sahibi, Hüseyin Yıldırım'a Zafer Çarşısı'nı tarif ederek kitabı oradan alıp getirmesini ister. İlk defa Zafer Çarşısı'nda görür *kitapçıları*. Kitapçı vitrinlerine bakar doya doya. Bu kadar çok kitabın bir arada olması şaşırır onu. Alacağı kitabı unutturur bu şaşkınlık. Çarşı'da dükkânları şaşkınlık ve hayretle seyrede seyrede dolaşmaya devam ederken, vitrinlerin birinde "Çırak Aranıyor" diye bir yazı görür, içeri girer. Kitapçılık sektöründeki ilk patronuyla tanışır: Adalet Bakanlığı Yayın İşleri Genel Müdürlüğü'nden emekli Rıdvan Bülent Erciyes. Muhasebeciye döner ve patrona işten ayrılmak istediğini, kitapçıda çalışacağını söyler. Sektöre adımını böylece atmış olur.

ZAFER ÇARŞISI: KİTAPÇILIĞIN OKULU

Çarşı, Ankara'nın yaşayan, her daim hareketli, ülkenin aydın ve yazar-çizer takımının uğrak yeridir. Yaşar Kemal, Enver Gökçe, Cemal Süreya ve daha birçok şair-yazarın buluşma yeri olan sahibi Remzi İnanç'ın olduğu Toplum Kitabevi'ne gelir giderler. Solcu ve sağcı gençlerin de uğrak yeridir çarşı. Her görüşün kitapçısı ayrıdır ama meşhur çaylarıyla herkesin övgüsünü aldığı çay ocağı, ortaktır. Böylesi sosyal ve renkli bir çarşıda, Doruk Kitabevi'nde işe başlar Hüseyin Yıldırım. İki patronu vardır. Emekli bürokrat Rıdvan Bülent Erciyes ve emekli asker Dinçer Kişioğlu. Doruk Kitabevi, Hüseyin Yıldırım'ı yayıncılık

anlamında bugüne getiren, yayıncılığın püf noktalarını öğreten bir okul anlamına gelir.

Çarşı'da daha çok İstanbul ve Ankara'dan getirilen kitaplar satılmaktadır. Yayın yapan çok azdır ve bu yayınların çoğunluğu edebi yapıtlardır. Bilimsel, mesleki yayınlar ve okul ders kitapları üniversite matbaalarından satın alınarak getirilir, müşteriye sunulur. Doruk Kitabevi (ülkede o tarihlerde üniversiteler ve devlet kurumları akademik kitap yayınlamaktadır), ilk akademik yayın yapan özel sektör kitabevlerinden biridir. Hukuk ve tatbikat kitapları ağırlıklı yayınlardır bunlar. Hüseyin Yıldırım, yayıncılığın ne olduğunu, nasıl kitap bulunduğunu, matbaayla nasıl çalışıldığını, kitabın satış ve dağıtım kanallarının neler olduğunu gibi daha pek çok mesleki birikim ve pratiği burada öğrenecektir. 1987 yılında Doruk Kitabevi'nden ayrıldıktan sonra, askerlik öncesi/sonrası, evlilik, çoluk-çocuk derken Zafer Çarşısı içinde ve dışında birçok yayınevinin kurulmasına önayak olur veya bir şekilde içinde yer alır. Ortaklık yapar. Uzun ömürlü olmasa da, araya bir de devlet memurluğu sığdırır. Toprak Mahsulleri Ofisi'ne memur olarak girer. Bir süre sonra tayini bir ilçeye çıkar. Olayların, ölümlerin çokça yaşandığı yıllardır. Başına geleceklerden korkar; memurluktan istifa eder, askere gider.

YAYINCILIKTA DÖNÜM NOKTALARI

Askeri darbenin, toplumsal yaşamda ve günlük yaşamda izlerinin taze olduğu yıllar. Liberal/piyasa ekonomisinin "Küçük Amerika" yaratmak için kan-ter içinde ülke genelinde yaptığı ekonomik, sosyal atılımlar. "Papatyalar" bir yandan; Türk ekonomisi ve insanının ilk kez tanıştığı "Hayali İhracat ve Banker" dolandırıcılığı bir yandan. "Semra Hanım, hadi bir kaset koy da şöyle neşelenelim!" diyen Özal'ın yeniden(!) kurduğu bir ülke. Böyle bir ortamda, 1980'li yılların sonunda tanırım Hüseyin Yıldırım'ı. Zafer Çarşısı'nda. Eylül Kitabevi'nde işe başladığım daha ilk gün. Otuzlu yaşlarını süren bir delikanlıydı. Kara pos bıyıklarının altında gülümseye hazır dudaklarından ilk dökülen sözcükler "hoş geldin, nerelisin?" olur. Eylül Kitabevi maceramız kısa sürer. Hüseyin Yıldırım, Adım Yayıncılık isimli şirketini kurmak için ayrılır ama ben bir

süre daha devam ederim. Dükkâna kilidi vurup ben de ayrılırım nihayetinde.

Ayhan Tamer, (Hüseyin Yıldırım'dan bahsederken Ayhan Tamer'i anmamak bu yazıyı eksik bırakır), Zafer Çarşısı'nın Sakarya Caddesi tarafına düşen merdivenlerin yanında, hanın zemin katını kiralar (şimdiki Adil Han). Kitap rafları, masa, sandalye, işe yarayacak-yaramayacak birkaç parça eşya koyar dükkâna. İki ortak "Adım Yayıncılık" tabelasını asarlar kapının önüne. Hadi hayırlısı, kervan yolda dizilir. Hüseyin Yıldırım'ın yayıncılıktaki dönüm noktaları aşağıdaki şekilde gelişmeye başlar.

Dönüm Noktası 1: Adım Yayıncılık Yılları

O yıllarda "bond" çantalar modadır. Her Türk erkeği "007 Bond" olmak ister sanırım ama bize sadece çantasını taşımak düşer. Olmayan paralar, olmayacak hayaller ve umutlarla dolu çantanın içi. Bir de posta çekleriyle. Sermayesi (yok denecek kadar) kısıtlı şirket, iki ortak ve iki çalışanı ile yola çıkar. Yokluk, aramayı zorlar; bu zorlama eninde sonunda "bulmayı, icat etmeyi" sunar. Türk kitapçılık/yayıncılık tarihinde bir ilk gerçekleşecektir. O güne kadar yayıncılıkta yapılmayan/yapılamayan bir pazarlama yöntemi denenir. Yayınevinin ilk yayınlarından biri olan "Sorularla Yapı İşleri Uygulaması" başlıklı kitabın içeriği broşür halinde basılır. Telefon rehberleri ve başka kaynaklardan bulunan adresler broşürlere yazılır günlerce. Parmak uçlarımız şişer, su toplar kalem tutmaktan. Yüzlerce broşür (içine posta çeki konularak) postaya verilir ve gelecek siparişler beklenmeye başlanır.

İnanılmaz bir şey olur ve bu çalışma sonuç verir. Tahminimizden çok fazla sipariş gelir. Belediye ve İmar Müdürlükleri'nden gelen siparişler anında paketlenip postalanır, yeni adresler bulunur, yeni broşürler postaya verilir. Posta çekinde sermaye birikimi artmaya başlar, yüzlere ince bir tebessüm yerleşir. Dedim ya, yokluk bendini aşmanın yolu onun etrafından dolaşmak değil, onu ortadan kaldırmaktır.

Hükümet, Mesut Yılmaz'dan Tansu Çiller'e geçer. Siyasal alanın sertleştiği bir dönemdir. Turgut Özal "çağ atlatırken" Tansu bacımız "iki anah-

tar" vermeyi uygun görür halkımıza. Her mahalde de bir milyoner olmak şartıyla üstelik. Güçlünün, erkin arkasında sıralanmak bu halka hep güvenli gelir. Miting alanları, rüzgâra ağır gelen vaatlerle, çalgınca alkışlarla yıkılmaktadır. Yolsuzluk, talan ve yağmanın yasalaştığı yıllar beklemektedir ülkeyi. Yine, yeni bir ülke kurulmaya başlanmıştır. Kitapçılık/yayıncılık zor meslektir. Sürdürülebilirliği cambazlık gerektirir. Kâğıtçısı ayrı, matbaacısı ayrı, dizgicisi ayrı (o yıllar herkesin masasında bilgisayar yoktu, bilmem bilir misiniz "dizgicilik" diye bir meslek vardı) ayrı oğlu ayrı... Hepsile tek tek uğraşman, dert anlatman, işini gördürebilmen için, susuz dereden kalburla su taşıman gerekir.

Han'ın girişindeki fotoğrafçı komşumuz dükkânını boşaltınca, Adım Yayıncılık buraya taşınır. Vitrinli bir "kitapçı" olur. Üstelik Zafer Çarşısı'nın giriş merdivenlerinin başında, çarşıya gelenlerin görecekları ilk kitapçı olarak iyi sayılabilecek bir konuma sahiptir. Yıllar sonra o han "Kitapçılar Çarşısı" olur. Aşağıda anlatacağım öyküdeki gerçeklikte kendiliğinden ispatlanır böylece.

Borsa yeni yeni bilinir olur ülkede. Her akli eren, cebinde üç-beş kuruşu olan borsa oynuyor, yeni yeni dilimize girmeye başlayan "tüyo verme", "borsa çıktı, rekor kırdı", "A firmasının kâğıdı çakıldı" gibi sözler havada uçuşuyor. Herkes borsayı merak ediyor, ama bu iş ne menem bir şeydir kimse bilmiyor. Borsa meraklıları, borsa ile ilgili ne bulursa topluyor (çoğunlukla gazete ve dergi yazılarıdır bunlar. Google henüz sınırlarımızdan içeriye girmez) ama doğru dürüst bir yayın bulamıyorlar. Türkiye'de belki de ikinci (Muharrem Karslı'nın kitabından sonra) "Borsa" kitabını yayınlamak olan Adım Yayıncılık, bu boşluğu zamanında görür. Kitap, sadece kitapçılarda değil, Ankara'daki tekel büfelerinde de (evet doğru okudunuz) satılmaya başlar.

Yayınevi, hukuk, işletme ve eğitim alanlarında 400'e yakın kitap yayınlar. Bu kitapların birçoğu üniversitelerde temel ders kitabı ve önemli referans kitapları olur. Satış ciroları yüksektir. Halen kimi yayınevi bu kitapların baskılarını yeniliyor veya benzerlerini piyasaya sürüyor.

Hüseyin Yıldırım, kitap piyasasındaki boşlukları iyi görür. Hangi alanda kitap eksikliği var, hangi konuda kitap hazırlanırsa satılabilir, bunları öngörebilir. Çırağından beri Ankara'nın bilmediği, arayıp da bulamadığı kitapları Eskişehir, İzmir ve İstanbul üniversitelerinden bulup getirir, satışa sunar. Bu durum diğer kitapçılarla arasında bir fark oluşturur, okuyucu/müşteri bulamadığı kitap için ilk çaldığı kapı Adım Yayıncılık olur. Yeri gelmişken belirtmekte yarar var; Detay Yayıncılık yayın çizgisini belirleyen "turizm" yayınlarının temelleri Adım Yayıncılık'ta atılmıştır aslında. Salih Saraç'ın "Konaklama Muhasebesi" kitabı, Abdullah Tekin'in "Seyahat Acenteleri Tarihi" kitabı ve Mehmet Gürdal'ın "Turizm Ulaştırması" kitabı bu dönemde yayınlanır.

Adım Yayıncılık, akademik yayıncılıkta yeni ve farklı bir ses olur. "Güzel şeyler uzun ömürlü olmaz" derler, öyle de olur. Kişisel ve yönetsel yanlış tercihler yayınevinin sonunu getirir. Yayınevi batır, ortaklık bozulur. Adım Yayıncılık emekçilerinin dostlukları baki kalsa da yolları ayrılır. Ben bir reklam ajansında iş bulurum. Hüseyin Yıldırım ise, farklı yayınevlerinde yayın yönetmeni olarak çalışmaya başlar. Ta ki Detay Yayıncılık'ı kurana kadar. Ankara'nın ünlü Sakarya Caddesi'nde bir binanın ikinci katında yayın hayatına başlayan şirket "akademik" kitaplar çıkarmaya devam eder, zorlu ekonomik şartlarla da başa çıkmaya çalışır.

Dönüm Noktası 2: Ve Detay Yayıncılık

2002 yılında, devlet kurumlarına personel alımı için uygulamaya giren Kamu Personeli Seçme Sınavı (KPSS), Detay Yayıncılık'ın gelişimi ve ekonomik rahatlaması için bulunmaz bir şans olur. Daha önce dediğim gibi, Hüseyin Yıldırım yayıncılık alanındaki boşlukları iyi görür. Bu güzel pası kaçırmaz. Yanılmıyorsam Türkiye'de bir ilk olan "Müfettişlik-Uzmanlık-Kaymakamlık-Hakimlik-Denetmenlik-KPSS Hazırlık Kitabı ve Soru Bankası" kitabını çıkarır. Musa Ceylan (kitabın yazarı) ile birlikte, şehir şehir dolaşır kitabın tanıtım ve satışını yaparlar. Beklenen ilgi, kitaba olan talep ve satış rakamlarından anlaşılacağı üzere çok yüksektir. Bu ve birkaç yayın sayesinde Detay Yayıncılık (doğal olarak da Hüseyin Yıl-

dırım) rahat bir nefes alır. Bu rahatlama, Sakarya Caddesi'ndeki ofisten şimdiki yerine, Adakale Sokak 14 numaraya taşır yayınevinin. Ne taşınma ama! Hamallar, işin uzun süreceğini bahane ederek işi bırakırlar. Kitapları ikinci kattan aşağıya taşıyıp, arabaya yüklemek Hüseyin Abi ile bana kalır. Adakale Sokak'taki yer, görece daha rahat ve geniş bir çalışma alanı sunar.

2003 yılında yollarımız yeniden kesişir. Tekrar birlikte çalışmaya başlarız. Teknoloji ülkeye yeni girmeye başlar, bizim sektörde (yayıncılık ve matbaa) çok kalıcı değişimlere yol açar. Tipo baskı dönemi biter, ofset ve web baskı teknolojileri yaygınlaşır, diğer her şeyde olduğu gibi "hız" belirleyici bir etken olur iş yaşamında. KPSS ve benzeri sınav kitapları başlı başına bir sektör (dershane, kitap ve dergiler ile) olur. Talebin fazlalığı ve ürün çeşitliliği yayıncıları bu alana çeker. Yüksek kârın çekiciliği bu alanın hızla mafya türü ilişkilere ve manavda armut satar gibi kitap satan yeni "esnaf" ile tanışmamızı sağlar. Sınav kitabı yayıncılığı, kitap mağazalarında da kendisini hissettirir. Raflardaki akademik yayınların yerlerini sınav kitapları alır. Bugün kitapçılarda, sorulmadıkça akademik yayın bulmak zordur. Bu iş sadece okul yakınlarındaki fotokopilere bırakılır. Onların da kitaba bakışı, okulların açılması ve kapanması ile sınırlıdır. Yarı orijinal-yarı korsan bir ilişkidir kitapla olan durumları.

Dönüm Noktası 3: Turizm Yayıncılığında Öncülüğe Doğru

Hüseyin Yıldırım, sınav kitapçılığının çığırından çıktığını erken görür ve bu alandan çekilir (2000'li yılların ortaları). Akademik yayınlara ağırlık vermeye başlar. Üniversitelerde "turizm" bölümleri yeni yeni açılmaya başlanır. Birkaç üniversitede başlayan bu eğitim giderek yaygınlaşır. Bu alanda kitap yayını çok fazla değildir. Bir elin parmakları kadar vardır belki de. Hüseyin Yıldırım, bunu fark eder ve hemen bu alana ilgili çalışmalara girer. Altuğ Yörükoğlu'nun "Servis Yönetimi" kitabıyla başlayan bu süreç, Detay Yayınevi'nin yayın listesinde şimdilik (!) 200 üzerinde turizm kitabıyla sürmektedir. Bazı kitapların yeni basımları da yeni baskılar da devam etmektedir. Toplamda bin kitap eşliğini geç-

miş bir yayınevini, 200 üzerinde turizm kitabı yayınlaması gerçek anlamda bir ödülü hak ediyor, diye düşünüyorum.

ANILAR... ANILAR...

Ve Hüseyin Yıldırım'dan dinlediğim anılardan bir kaçını da sizinle paylaşmazsam olmaz sanırım. Ankara Gençlik Parkı o dönem çok ünlüdür. Şehir ahalisinin ve dışardan gelenlerin mutlaka uğradıkları bir mekândır. Hafta sonları aileler, gençler, çarşı izni askerler parka akın etmektedir. Belki şehrin tek eğlence parkı olduğundan, belki Ulus'un ortasında yapay bir gölün içinde kayıklar olduğundan... Kim bilebilir! Bir cumartesi günü. Lokanta gündüz yoğunluğundan kurtulmuş, çalışanlar son müşterileri kollayarak, masaları ertesi güne hazırlamaya girişmişlerdir. Etraftan gelen eğlenceli sesler de azalmaya başlamıştır. Şehir, bozkırın ılık gecesine hazırlanmaktadır.

Lokantanın girişinde bir telaş, bir hareketlilik olur. Patron, çalışanlar ve az sayıdaki müşteriler girişe hareketlenmiştir. Herkes ayaklanmış, içeri giren guruba yönelmiştir. Gelenler siyah takım elbiseli, papyonlu, traşlı efendi tipleridir. El ve koltuk altlarında çalgı aletleri vardır. Bunlar, yan taraftaki göl manzaralı aile gazinosunda çalan müzisyenlerdir. Fakat bu ilgi sadece "çalğılar" için biraz abartılıdır. Bu abartı biraz sonra anlaşılacak, müzisyenlerin saygıyla arka taraflardaki bir masaya buyur ettikleri kişi, Zeki Müren olacaktır. Türk Sanat Müziği'nin "sanat güneşi."

Zeki Müren ve beraberinde gelenler uzun süre kalırlar lokantada. Sohbet sohbeti açar, anılar anıların ucunu yakar. Gecenin geç bir saatinde çıkarlar mekândan. Çalışanlara teşekkür edilir, bahşiş verilir. "Şerefler verdiniz efendim!" "Yine bekleriz efendim!"ler eşliğinde uğurlanırlar. Zeki Müren masasına hizmet eden komiye 5 TL bahşiş verir. Bu para, Hüseyin Yıldırım'ın o zamana kadar gördüğü en büyük rakamdır.

1970'li yıllar, Doruk Kitabevi günleri. O yıllarda akademik ve üniversite ders kitaplarını, üniversitelerin "Yayın İşleri Müdürlükleri" çıkartmaktadır. Kitapçılar da buralardan belli bir indirimle bu yayınları alıp satmaktadır. Ziya Eralp'in "Tu-

rizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi" isimli bir kitabı vardır. Kitabı, Ankara Üniversitesi basar. Doruk Kitabevi, bu kitapla birlikte üniversitenin diğer yayınlarını da alması için Hüseyin Yıldırım'a gönderir. Kitabevinin dört tekerlekli el arabasını alarak yola düşer Hüseyin Yıldırım. Lakin okulda boykot vardır. Öğrenciler kimseyi okula sokmaz. O dönem Hukuk Fakültesi öğrencisi olmasına karşın Hüseyin Yıldırım da okula giremez. Fakülte Dekanı olan meşhur Anayasa Profesörü Bülent Nuri Esen kenardan bu durumu görerek olaya müdahale eder. Kitap satış bürosuna girmesini sağlar. Hüseyin Yıldırım kitapları alır, dört tekerli el arabasına güzelce istifler. Dışarda kar yağdığı için kitapların üzerine naylonla kapatır. Okulun merdivenlerinden güç bela inerek caddeye çıkar. İstikamet, Zafer Çarşısı...

Arabayı ittirerek Kızılay'a doğru giderken, iki polis yanına yaklaşır ve durmasını isterler. Arabada ne taşıdığını sorarlar. "Kitap" der, inanmazlar. Naylonu kaldırmasını isterler. Çaresiz naylonu kaldırır. Polislerden birisi en üstteki "Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi" kitabını görür. Hemen kitabı alır eline ve Hüseyin Yıldırım'a döner: "Bu ne lan, bıktık sizden. Marksizm, Leninizm, komünizm, faşizm vardı, şimdi de "turizm" mi çıktı!" der ve tokadı yapıştırır. Soluğu Demirlibahçe Polis Karakolu'nda alırlar. Komiserin karşısına çıkartılır. Hüseyin Yıldırım kitabevinde çalıştığını, kitapları satmak için aldığını, yerlerinin Zafer Çarşısı'nda olduğunu, bir örgüt üyesi bilmediğini anlatmaya çalışır. Yeni bir örgüt bulmanın heyecanı ile o da bir tokat yapıştırır. Babası ve Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden birkaç öğretim üyesinin de olaya müdahil olmasıyla zor bela karakoldan kurtulur. Kendi dediği gibi, "turizmden" ekmek yemeye önce "dayak yemekle" başlar.

İsmet İnönü ve eşi Mevhibe İnönü ile Pembe Köşk'te unutulmazlar arasına giren tanışıklığı, Yılmaz Güney ile daha küçük bir çocukken başlayıp, uzun yıllar devam ettirdiği mektup arkadaşlığı... Fakat hiçbir anı Veli Dede'sinin, Kurtuluş Savaşı'nda Atatürk'ün şoförlüğünü yapması onuru kadar derinden etkilememiştir Hüseyin Yıldırım'ı.

TANIKLIKLAR... TANIDIKLAR...

İnsan yaşadığı toplumsal çemberde birilerine değer, dokunur. Bu temas birilerini ya yanımızda tutar ya da uzaklaştırır. İş yaşamı ve özel yaşam, bu anlamda çoğu kez içiçe geçer. Sınırlar bazen kaybolacak kadar grileşir. Bunlardan birisi de, Ayhan Tamer'dir. Hüseyin Yıldırım'ın iş ve özel yaşantısının yanı başında olanlardan. Ayhan Tamer der ki:

Kardeşim Hüseyin Yıldırım.... 1977 yılından beri yola çıkarak ortaklık ve kardeşlik yaptığım, sevgili arkadaşım yayıncılık sektöründe eşine çok az rastlanacak bir dost ve işadamıdır. Geniş öngörülü ufkuyla ve özverili çalışmalarıyla Türk yayıncılık sektöründe bir istikrar abidesi olmuş kardeşimin yayıncılık dünyasına daha çok büyük katkılar sağlayacağından adım gibi eminim. Mütevazı, olgun tavır ve davranışlarıyla her zaman örnek teşkil eden kardeşim ile gurur duyarak, tüm hayatında her şeyin en iyisine sahip olmasını temenni ediyorum.

Musa Ceylan, KPSS alanında Türkiye'de ilk kitaplarından birinin yazarıdır. Yukarıda söz edildi (Dönüm Noktası 2 - Ve Detay Yayıncılık). Bir tanıtık aracılığıyla başlayan yayıncı-yazar ilişkisi zaman içinde evrilerek dostluğa dönüşür. Musa Ceylan'ın sözleriyle:

1997 yılı sonlarıydı tanışmamız. Tam 20 yıl olmuş elimde bir kitapla kapını çalışım. Kızılay-Bayındır Sokak'ta bir apartmanın 4. katında küçük bir ofiste buluşuruz. Türkiye'de alanında yayınlanacak ilk kitabın sahibi olmam nedeniyle oldukça ürkek ve endişeliyim. Bir babanın evladını teslim edebileceği güvenilir bir kişi aramasına benzer bir heyecan içindeyim. Sadece kitabımı basacak biri değil, aynı zamanda onu evladı gibi sahiplenecek bir yayıncı arıyorum. Her kitap basımı yapan kişi yayıncı değildir. Yayıncılık, yazarla yayıncı arasında karşılıklı güvene bağlı yürütülebilen bir meslektir. 20 yıl boyunca her zaman yanımda olan, kitaplarıma evladı gibi sahip çıkan "Hüseyin Abi" seni çok seviyorum, mesleğinde nice yıllara diyorum.

Adım Yayıncılık ve Detay Yayıncılık arşivinde yer alan ilk kitabın yazarı olan Prof. Dr. Cemal Yükselen, Hüseyin Yıldırım ile Zafer Çarşısı'nda başlayan tanışıklıklarını dostluk güveniyle sarmalayarak bugüne taşırlar. Cemal Yükselen'in söyledikleri ise, dostluğun verdiği içtenliği yansıtmaktadır:

35 yıl önce tanıştığımız ilk günden bugüne aynı içten yaklaşımı, işine, bilime duyduğu sevgi ve saygısına

çok yakından tanık olduğum değerli dostum Hüseyin Yıldırım, benim için dostluğunun onurunu ve gururunu paylaştığım bir can. Kişiliği, dürüstlüğü ile örnek insan, yıllarca bilim dünyasına ve yayıncılık sektörüne önemli katkıları dolayısıyla da hepimizin saygı duyduğu değer.

Erciyes'in soğuşunu dostlukla ısıtan, her daim kapısı ve gönülü açık olanlardan birisi de Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa'dır:

1991 Eylül ayında akademiye başladığım günlerde, tabii o zamanlar bugünkü imkânlar mevcut değil, ilk akademik kütüphanemi oluşturmak amacıyla Ankara'ya kitap almak için giderim. Zafer Çarşısı'na girmeden hemen sağda Adım Yayıncılık'ta ilk kez tanışırım Hüseyin Yıldırım ile. Sonrasında kendisi Detay Yayıncılık'ı kurar, hem mesleki hem de beşeri maddada diyalogumuz gelişerek kesintisiz devam eder ve bugünkü dostluk düzeyine gelir. Portföyünde büyük ölçüde turizm akademik camiasının yayınlarının bulunduğu Detay Yayıncılık, Ankara'ya her gittiğimde bir uğrak yeri olur. Hüseyin Yıldırım, dürüst, samimi ve duygusal bir insan olmakla beraber, aynı zamanda iyi de bir dosttur.

Detay Yayıncılık ailesine yedi yıl önce katılan, içten ve pozitif yaklaşımıyla, birlikte çalışmaktan hep mutlu olduğumuz Prof. Dr. Reha Alpar ise düşüncelerini kısaca şöyle paylaşır:

2010 yılında kitabımın yeni baskısı için yayınevi arayışına girerim. Birkaç yayınevine rastgele giderim. Kitabımın alanının kendi alanlarına uymadığını söylerler. Öğretim üyesi bir arkadaşım Detay Yayıncılık sahibi Hüseyin Yıldırım ile görüşmemi önerir. Randevulara ve yayınevine giderim. Kendisiyle tanışırım. Kitabın gelişim sürecini anlatırım. Bana doğrudan, kitabı basabileceğini söyler. Son derece sakın bir şekilde basım süreci hakkında çok ayrıntılı bir bilgi verir. Doğru bir yere geldiğim ve doğru bir kişi ile tanıştığım duygusunu yoğun bir şekilde hissederim. Kitaplarımın beşinci baskısına ulaştığı bu süreçte bu duygu hiç değişmez.

Yine kitaplarını bastığı ve bu mesleki diyalogun zamanla dostluğa dönüştüğü Prof. Dr. Kemal Kantarcı da, Hüseyin Yıldırım'ın kişisel ve mesleki özelliklerine şu şekilde vurgu yapmaktadır:

Hüseyin Yıldırım ve Detay Yayıncılık, akademik ve kişisel yaşantımda oldukça önemlidir. Yazdığım birkaç kitap, kendisinin ve değerli çalışanlarının katkısıyla ortaya çıkar. Bizim hem akademik danışmanımız hem de Ankara'daki ev sahibimizdir, arkadaşımızdır. Hüseyin Yıldırım, hem deneyimli ve bilgili bir yayıncı hem de eşsiz bir dosttur. Akademik yaşamla ilgili her türlü sorunu aktarabileceğiniz gibi, yaşamınızla ilgili her konuyu da güvenle tartışabiliriz.

ve engin deneyimlerinden yararlanabilirsiniz. Yayınevi, en karmaşık akademik konuların tartışıldığı bir yer olmanın yanında ülkenin son 50 yılını acısıyla tatlıyla yaşamış olan Hüseyin Yıldırım'ın anılarının paylaşıldığı ve keyifli sohbetlerin paylaşıldığı bir mekândır. Aynı zamanda bu yayınevi, Türkiye turizm yayınlarının büyük kısmının üretildiği yerdir. Hüseyin Yıldırım, yayıncılık ve Anadolu demektir. O, memleketin akademik ve kültürel bir aynası gibidir ve her şeyi en sade, en yalın bir şekilde yansıtır.

Bu yazının yazılmasına önayak olan, dergi çıkarma çabası/zorluğunun yanı sıra turizm yazınında sürekli bir arayış ve yol açma uğraşısında bulunan Prof. Dr. Nazmi Kozak ile Hüseyin Yıldırım'ın tanışıklığı eskilere uzanır:

Anatolia Dergisi'ni kitapçılara bırakarak insanlara ulaşmaya çalıştığım dönemlerdi. Adım Yayıncılık olsa gerek, Hüseyin Yıldırım ile orada tanışırız. Yayınevi farklı akademik kitaplar yayınlıyordu. Kendisi, turizm alanında da kitaplar yayımlamaya başlayınca, görüşmemiz sıklaşır. Yayın/yayıncı anlayışımızın birçok ortak paydada buluştuğunu görünce, çalıştığım yayınevinden ayrılarak, birlikte çalışmaya başlarız. Yayıncı-yazar ilişkisinin ötesinde samimiyete dayanan dostluğumuz 1997 yılından bugünlere kadar gelir.

Gerek mesleki anlamda kendisinin yaşamış oldukları, gerekse çalışma arkadaşları ile öğretim elemanlarının kişisel gözlemlerine bir bütün olarak bakıldığında, Hüseyin Yıldırım'ın sabırlı, istikrarlı ve kolay kolay vazgeçmeyen bir kişiliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda, herkes ile iletişime açık bir izlenim vermesiyle nedeniyle, çevresinde de sevilen bir kişidir. Bu yüzden, uzun yılları içinde barındıran arkadaşlıklara ve dostluklara sahip olur. Özellikle turizm yayıncılığına yaptığı katkılardan dolayı da akademik turizm camiası tarafından takdirle karşılanır; bu kapsamda da, bazı kongrelere verdiği destekten dolayı plaketle ödüllendirilir. Yayıncılık bağlamında alana yaptığı katkılardan dolayı, Anatolia: Turizm Araştırmaları

Dergisi tarafından da Turizm Eğitime Hizmet Ödülü'ne layık görülür (2010).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'nin turizm tarihi yazılırsa eğer bir gün, yüzlerce kitabı yayınlayan Hüseyin Yıldırım ve Detay Yayıncılık, kesinlikle bu tarihin içinde yer alacaktır. Satmayacak, kitapçı raflarına giremeyecek kitapları dahi yayımlayarak turizm yazınına katkı sağlar. Halen de bunu yapmaya çalışmaktadır. Dünya yayın tarihinde bu sayılarda turizm kitabı yayını yapan başka bir yayınevi var mıdır, orası bilinmez. Zorlu, çok zorlu yollardan, patikalardan ve dik yamaçlardan aşarak buralara gelinir. "Çorbayı kaynatmak" ne kadar gerçekse, kitabı sevmek de bir o kadar bu işin kutsalı. Sevmezsen olmaz. Yapamazsın. Bir ömrü kitaba ve kitap yayıncılığına vermek, Hüseyin Yıldırım gibi serdengeçtilerin göze alabileceği bir iştir. Sadece Yayıncılar Federasyonu'nun 2016 yılı istatistikî bilgileri bile yeterli akademik yayıncılığın Türkiye'deki durumunu anlamak için: "2016 yılında yayımlanan kitapların yaklaşık %16'sını yetişkin araştırma, inceleme kitapları, %5'ini yetişkin edebiyat sanat kitapları, %8'ini çocuk ve gençlik kitapları, %13'ünü inanç kitapları, %1'ini akademik yayınlar, %1'ini ithal kitaplar ve %56'sını eğitim alanındaki kitaplar" oluşturur.

Hüseyin Yıldırım, anılarını yazmaktan (bence asla yazamayacak!) söz eder. Belki kendisi ayrıntıları ile anlatır yayıncılık macerasını ve "yayıncı-yazar" ilişkisini.

Benden bu kadar...

Hasan Gülsaçan, Detay Yayıncılık, Kızılay-Ankara.

E-posta: detayyay@gmail.com

Mehmet Altınay: Çok Yönlü Kişiliği, Enerjisi ve Uzlaşmacı Yaklaşımı

Hasan KILIÇ

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Metin Kozak, Prof.Dr. Mehmet Altınay'ın biyografisini yazma teklifini yaptığında aklıma ilk gelen keyifle bu yazıyı yazabileceğim duygusuydu. Ancak iş yazmaya gelince, aslında düşündüğüm gibi olmayacağını gördüm. Nedenine gelince, Altınay'ın anlatılacak o kadar çok yönü vardır ki, başlanılacak noktaya karar vermek bile uzunca bir süreyi alacaktır. Öyle de olur. Altınay'ın yaşamı, çeşitli boyutlara veya yönere göre incelendiğinde politikacı, bakan, akademisyen, eğitimci, yönetici, özel sektör ve aile reisi olma gibi farklı kimliklere sahip olduğu görülmektedir. Tüm bunları harmanlayan kimliği ise, turizme olan katkısı nedeniyle "turizmci" kimliğiydi. Böylesine renkli ve dinamik kişiliği olan birisinin yaşamının yazılması gerçekten güç bir çalışma olacaktı.

Kıbrıs'ın küçük bir kasabası olan Beyarmudu'nda (Pergama) başlayan yaşamı farklı renkleri bir potada eriten bir kimliğe dönüşmüş, bir şekilde günümüze kadar gelerek aslında diğer bir çok genç insanda olduğu gibi benim için de birçok açıdan örnek alanabilecek kesitleri içermektedir. "Bazı insanlar yemek için yaşar, bazıları da yaşamak için yer" şeklinde bir deyiş vardır. Bunu iş yaşamına "bazı insanlar çalışmak için yaşar, bazı insanlar da yaşamak için çalışır" diye uygularsak Altınay'ın, çalışmak için yaşayanlar arasında ön sırada yer alacağını söyleyebiliriz. Sürekli olarak "yaptığım iş keyiftir" sözünü kullanması ve işini bir hobi olarak görmesi bu algının oluşmasını destekler niteliktedir.

Uzun yıllar boyunca adını sürekli duyduğum Altınay ile ilgili ilk anım 1994 yılına aittir. Dönemin Doğu Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Özay Oral'ın bir yönetim kurulu toplantısı sırasında sorduğu bir soruya kimsenin yanıt vermemesi sonucunda uzun bir masanın en ucundan kalkın bir elin net bir şekilde verdiği yanıt ve yaptığı konuşma genç bir akademisyen olarak

beni etkiler ve "kim bu kişi?" sorusunu sormama neden olur. Bu kişi, Mehmet Altınay'ın kendisidir ve bu tarih bir süre sonra da Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü olarak kendisiyle uzunca sayılabilecek bir akademik ve idari çalışmalar yapacağım üniversitede yaşamımdaki bir dönemin de başlangıcı olacaktır. Bu düşünce yapısı ile farklı kimlikleri bünyesinde eriten bu kişiliği tüm yönleriyle bahsettiğim zorlukların üstesinden gelerek sizlere aktarmaya çalışacağım.

ÖZGEÇMİŞİ

İngiliz koloni döneminde ikinci dünya savaşı sonrasında mücadele yıllarının filizlenmeye başladığı yoksullukla savaştan bir ülkenin küçük bir köyünde, Pergama'da dünyaya gelir (1946). O dönemde doğanların genel karakteristiği olan mücadele etme ve vazgeçmeme gibi özelliklerin tüm yaşamını şekillendirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. İlk öğrenimini Pergama (Beyarmudu) İlkokulu'nda, orta ve lise öğrenimini ise dönemin İngiliz okulu ile Namık Kemal Lisesi'nde tamamlayarak Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) İşletme Bölümü'nden mezun olur (1971). İstanbul'da faaliyet gösteren Sancaktül perde fabrikasında (1971-1972), Philips firmasında (1972-1973) çalışır. Evlenme düşüncesi sonrasında Kıbrıs'a dönerek Türk Bankası'nda farklı görevlerde bulunur (1973-1975). Sonrasında Kıbrıs merkezli meyve sebze ihracat şirketi olan Cypruvex'de Bölge müdürü olarak çalışır. Dönemin Ulusal Birlik Partisi (UBP) hükümetinde Kıbrıs'ın en genç Maliye Bakanı olarak görev yaptıktan sonra (1975-1976), Toplumcu Kurtuluş Partisi (TKP) milletvekili seçilerek meclise girer ve 1990 yılına kadar aralıksız milletvekili olarak siyasette yerini alır. Bu dönemde Mecliste Bütçe Plan Komisyon üyeliği ve sonrasında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı olarak görev yapar. Dönemin siyasi gelişmelerine paralel olarak milletvekilliğinden istifa eder (1990). Tica-

ret Bankası'nda Murakıplık görevinde bulunur (1990-1993).

Siyasetten ayrılması sonrasında kendisine yeni bir yol çizerek akademik dünyaya yelken açan Altınay, ilk olarak Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Bölümü'nde yüksek lisans derecesini tamamlar (1992). Sonrasında Çukurova Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden doktora ünvanını alarak mezun olur (1994). Sırasıyla Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde öğretim üyeliği, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokul Müdürlüğü, yönetim kurulu ve senato üyeliği ve rektör yardımcılığı görevlerinde bulunur. UBP-TKP koalisyon döneminde Milli Eğitim ve Kültür Bakanı olarak görev yapan Altınay (1998-2001), görevinin bitmesini takiben yine üniversiteye dönerek 2015 yılına kadar öğretim üyeliğine ve yüksekokul müdürlüğü görevlerine devam eder. Altınay'ın uluslararası ve ulusal yayınlanmış bir çok yayını, kitabı ve yönettiği yüksek lisans ve doktora tezleri bulunur. Evli ve üç çocuk babası olan Altınay'ın 1946 yılında başlayan ve günümüze kadar gelen yaşamını özetleyen bu kısacık paragraf aslında içerisinde deneyim anlamında genç nesillere örnek olacak bir çok önemli yaşam dersleri de içermektedir.

YAŞAM FELSEFESİ VE İŞ YAŞAMI

Birlikte çalıştığımız süre içerisinde Altınay, planlı bir yaşam, dinamik bir yapı, enerji dolu iş azmi ve sürekli üreten bir kişilik olarak hafızalarımızda yer edinir. Onun yaşam öyküsünü yazarken yukarıda özetlediğimiz kısa özgeçmişte "yaşadığı her olaydan deneyim ve pozitif anlamda kazanç elde eder" dersek yanlış olmayacaktır. Yaşamını, politika öncesi (eğitim ve özel sektör dönemi), politik yaşam sonrası (akademik dönem) olarak sınıflandırabiliriz. İlk olarak ilkokul ve ortaokul dönemlerindeki eğitim yaşamı kendisi üzerinde önemli bir etki bırakır. İlkokul öğretmenini Hasan Cengiz, son derece başarılı bulduğu küçük öğrencisini dönemin en iyi okullarının başında gelen İngiliz okuluna ve sonrasında yüksek öğrenime gitmesi için teşvik eden kişidir. Çok az insanın yüksek öğrenime gidebildiği o dönemde onu bir arkadaşıyla birlikte teşvik ederek sına va girmelerini sağlar. İki arkadaş sınavda başarılı olur ve seçkin öğrencilerin girebildiği İngiliz

Okulu'nda eğitime başlar. Altınay'ın akademik dünyaya geçiş sonrası sürekli söylediği ve önem verdiği çok kültürlülüğün ve farklı becerilerin gelişiminin temellerinin o yıllarda atıldığını düşünüyorum. Türk, Rum, Maronit, Latin ve daha bir çok farklı özellikte kesimin bir arada eğitim aldığı İngiliz okulunda, hem Türkçe haricinde iki farklı dili (İngilizce, Rumca) öğrenme şansı elde eder, hem de çok kültürlü birlikte yaşamın deneyimini yaşar. O dönemin eğitim sisteminde öğrencilere normal eğitim programı içerisinde tarım veya işbilgisi dersleri öğretilir. Bu iki uygulamaya dayanan derslerin o dönemin çocukları gibi onunda gelişimine önemli bir etkisinin olduğunu düşünüyorum.

Akademik dünyaya geçtikten sonra da eğitim programlarına yönelik tüm söylemlerinde vurguladığı öğrencilere farklı dil ve becerilerin kazandırılması ilkesinin o yıllarda aldığı bu çok yönlü eğitimden kaynaklandığını söyleyebiliriz. Altınay'ın yaşamındaki en önemli ilkelerin başında zaman yönetimi gelir. Altınay, zamanın her anını planlayarak yaşamayı seven bir anlayışa sahiptir. Uzun yıllar fakülte çalışanlarının ve Altınay'ın sekreteryasını üstlenen Ayşe Sehzade'nin de ifade ettiği gibi, Altınay acil durumlar olmadığı sürece aynı saatlerde okula gelişi ve dönüşü aksatmaz, günaydın diyerek ve bir sade kahvenin sonunda masasına oturup, kimseyle belirli bir süre görüşmeyerek gününü planlayan bir anlayışa sahiptir. Mutlaka işinin takibini yapar. "To do list" hazırlama ve "n'oldu benim iş" deyişi onunla özdeşleşir diyebiliriz. Kendisine bu anlayışın ne şekilde oluştuğu sorulduğunda

Zaman yönetimi, takım oyunu ve liderlik gibi özellikleri Kıbrıs'ın köklü kulüplerinden Yenicami'de (YAK-Yenicami Ağdelen Kulübü) oynadığım dönemdeki ilişkilerin sonucu ve takım kaptanı olarak yüklendiğim sorumlulukların bir gereği sonucu geliştiğini düşünüyorum.

diye yanıt verir. Bu tür bir yanıt aslında Altınay'ın yönetim anlayışına sporun ve sporculuğun nasıl katkı yaptığının da en güzel örneğidir. O dönemin zorlu şartları ve toplumlararası olayların başlaması Altınay'ın eğitimine iki yıl ara vermesine yol açar. İki yıl sonunda İngiliz Okulu'ndan ayrılarak Mağusa Namık Kemal Lisesi'ne geçer

ve okulunu bitirir. Sonrasında üniversite öğrenimi başlar. Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) İşletme Bölümü'nden yüksek şeref derecesiyle mezun olur. Karakterine yansıyan hırs ve çalışkanlığına üniversitedeki öğrencilik döneminin önemli etkileri olur. Başarılı bir üniversite deneyimi sonrası Kıbrıs'a dönme yerine iş yaşamına atılır ve İstanbul'da faaliyet gösteren Sancak Tülperde'de çalışmaya başlar. Sancak Tülperde sonrasında uluslararası bir firma olan Philips'e geçer ve önemli pozisyonlarda görev yapar. Girdiği firmalarda tek bir bölümde kalmaz, farklı bölümlerde çalışarak kendisini geliştirir. Altınay, bu dönemi yaşamının en zorlu dönemleri olarak görür ve bu düşüncesini yakınlarıyla paylaşır. Şimdiki eşiyile evlenme kararını verince durum daha da zorlaşır ve sonunda Kıbrıs'a dönme kararı alır.

Ancak yine de O'nunla çalıştığım dönemlerde ben de bıraktığı izlenimler arasında olan çalışkanlık ve araştırmacı kimliğinin özel sektörde çalıştığı o dönemde başladığı net olarak görülmektedir. Kıbrıs'ta o yıllarda (1972-1973) yaşam hiç de kolay değildir. Hem ekonomik koşullar hem de toplumlar arasındaki sorunlar, insanların yaşamını olumsuz yönde etkiler. İş bulmak kolay değildir. Ancak genç bir insan olarak uzun bir uğraş sonucu o dönemde Türklere ait en önemli banka olan Türk Bankası Genel Müdürü'nün karşısına çıkarak iş ister. Altınay'ın duruşundan etkilenen Macit Ferdi kendisini işe alır. Bu dönem onun açısından mali konularda kendisini geliştirme dönemidir. Bankacılık yaşamı Kıbrıs'ın ithalat ve ihracat işlemlerini de öğrenme olanağı sunar. Bu süreçte dışarıdan "The Institute of Bankers" sınavlarına katılarak uluslararası bankacılık ehliyeti kazanır. Türk Bankası'ndan sonra Kıbrıs'ın en önemli meyve sebze ihracat firması olan Cypruvex'e geçer ve farklı pozisyonlarda üç yıl çalışarak Avrupa'nın birçok ülkesini dolaşır.

YAŞAM FELSEFESİ-SİYASET DÖNEMİ-BAĞLANTILAR

İş yaşamındaki başarıları birilerinin dikkatini çeker ve siyasete girme teklifi alır. Dönemin en güçlü partisi Ulusal Birlik Partisi'nden (UBP) aday olur ve seçimi kazanır. Kıbrıs'ın en genç Maliye Bakanı olarak hükümette yer alır. Yasa ve tüzüklerle uğraşır. Çalışma yaşamını olum-

lu yönde etkileyen kurumların kurulmasında ve gelişmelerinde önemli sorumluluklar yüklenir. Sosyal Sigortalar, bunlar arasında yer alan en önemli kurumlardan sadece bir tanesidir. Sonrasında ise, UBP'den ayrılarak Toplumcu Kurtuluş Partisi'nden (TKP) aday olur ve milletvekilliği devam eder. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı olarak yine hizmette bulunur. Altınay'ın politik yaşamı tam 16 yıl sürer. Bu süre zarfında siyaset içerisinde farklı görevlerde bulunur. Mecliste Bütçe ve Plan Komisyon Üyeliği görevinde bulunur. O dönemdeki siyasi yapı içerisinde 16 yıl kesintisiz milletvekilliğine aday olmak ve kazanmak kolay birşey değildir. Bu dönemde siyasi gelişmelere paralel olarak partisinin meclise girme kararı doğrultusunda siyasetten ayrılma kararı alarak aktif politik yaşamını kapatır (1990).

Herhangi bir konuda onunla konuştuğunuz zaman ve bir yere ya da kişiye ulaşmak istediğinizde, mutlaka size bağlantı kuracağınız birilerinin ismini verir. Fakültede kendi aramızda konuşurken ve birisine ulaşmak istediğimizde adres hep Altınay'dır. Kendisinin bağlantıları, iletişim ağı çok geniştir ve mutlaka bir yerlerde bir tanıdığı vardır. Bu bağlantıların özellikle politik yaşamı dönemindeki ilişkilerden kaynaklandığını söylersek yanlış bir değerlendirme yapmamış oluruz. Onun temel felsefesinde insanların eşit olduğudur. Herkesten bir şey öğrenme düşüncesi yine onun özelliklerinden birisidir. Ona göre herkesin anlatacağı bir hikayesi vardır. Yakın bir arkadaşı olan Prof.Dr. Hasan Ali Bıçak tarafından anlatılan bir anektodu sizlerle paylaşmak istiyorum. Avrupa'nın bir ülkesinde Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin katıldığı Yüksek Öğrenim Kalite Konferansı'nda bir toplantı sonrasında Altınay'ı lobide birisiyle görür ve o kişiyle derin sohbetler yaptığını şahit olur. Sonrasında yakın bir tanıdığı olduğunu sandığı kişinin kim olduğunu sorar, o da yeni tanıştığını Afrika'nın bir ülkesinden geldiğini söyler. Onunla eğitim kalitesi, ülkesindeki üniversitelerdeki uygulamalar gibi konuları konuştuğunu söyler.

Üniversitede rektör yardımcısı olduğu bir dönemde yine göreve çağrılır ve bu kez Milli Eğitim Bakanı olarak UBP-TKP koalisyon hükümetinde göreve başlar. Hedef ve hizmet odaklı yaklaşımı vardır. Hedefleri kişisel olmaktan çok kurumla-

rın gelişimi ile ilgilidir. Bu çerçevede önemli hizmetlerde bulunur. Bakanlığın ilk stratejik planı bu dönemde yapılır. Dört yaş grubunu eğitime alma yine Altınay döneminde gerçekleştirilir. Kolejlere giriş sınavının aşamalı ve çoklu yapılması yine bu dönemde getirilir. ODTÜ kampüs projesi, yine onun eserleri arasındadır. Politika defterini uzun yıllar önce kapmasına karşın yine de zaman zaman kendisine ihtiyaç olduğunda göreve koşması yine bitmeyen enerjisi ve iş odaklı olmasının bir yansımasıdır.

AKADEMİK DÜNYAYA GİRİŞ

1990 yılında meclisten çekildikten sonra politik yaşama nokta koyma düşüncesi hayata geçince Altınay'ın aklına gelen ilk soru doğal olarak 'ne iş yapacağım?' sorusudur. Siyasette bulunduğu süre içerisinde sadece milletvekilliği yaptığı ve ticari anlamda kendisine bir iş kurmadığı için o artık işsiz emekli bir vatandaş durumundadır. Bir süre Ticaret Bankası'nda murakıplık görevinde bulunur. Meclis'te iken Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin kuruluş yasasına destek veren bir vekil olarak ilk aklına gelen ona uygun iş akademik dünyaya geçiş yapmaktır. Önce Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Fakültesi'nde yüksek lisans; hemen sonrasında ise, Çukurova Üniversitesi'nde doktora derecesini tamamlar. 1994 yılında İşletme Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak göreve başlar. Süreç içerisinde önce Doçentlik (1996) ve Profesörlük (2005) ünvanlarını alır. O yıllar, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nun emekleme yıllarıdır. Gerek kadro gerekse altyapı olarak turizm eğitime tam donanımlı olarak hizmet veremeyecek konumdadır. İlk olarak kendisine akademik kadroyu güçlendirme hedefini koyar. Bu hedef doğru ve gerçekçi bir hedeftir. O yıllarda çekirdek kadroyu oluşturan biz ya lisans ya da yüksek lisans mezunuyuz. Rektörlük ile konuşarak doktora yapabilmesi için hem akademik hemde mali anlamda olanaklar yaratır. Bugünün öğretim üyeleri doçentleri, profesörleri olan biz, bu gelişmemizi o süreci başlatan ve motivasyonu yaratan Altınay'a borçlu olduğumuzu söylersek doğru bir saptama yapmış oluruz. Altınay, aslında yaş anlamında büyük olmasının yanında fikirleri ve söylemleriyle de bir çok akademisyene örnek bir

rol modeli olur. Yakın çalıştığı bir akademisyen olan Dr. Mine Haktanır onunla ilgili gözlemini şöyle ifade etmektedir.

Mehmet Altınay, bize sadece yöneticilik yapmaz aynı zamanda babalık da yapar. Çok genç olduğumuz için bizlere devamlı yol gösterir.

Yirmi iki yıl süren Doğu Akdeniz Üniversitesi'ndeki çalışma yaşamında deyim yerindeyse aynı anda birden çok karpuzu koltuğunun altına sığdıran ender yönetici akademisyenlerden birisidir. Enerjisi bitmeyen, iş yapma azmi eksilmeyen Altınay Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde üç dönem rektör yardımcılığı, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu müdürlüğü ve senato üyeliği yapar. Üniversitede ilk stratejik plan çalışmalarını başlatan kişidir. Üniversitede sürekli vurguladığı yüksek öğrenimde kalite olgusunu yaşama geçirmek için büyük mücadele verir. Üniversitede kalite kurullarının kurulması, kalite güvence sisteminin geliştirilmesi, kalite el kitaplarının basımında önemli görevler üstlenir. Altınay'ın Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin Avrupa Üniversiteler Birliği'ne üye olması ve kurumsal değerlendirme sürecine girmesinde de önemli etkisi olur. Avrupa'nın en önemli akredistasyon kurumlarının başında gelen Alman FIBAA akredistasyon kurumunu Doğu Akdeniz Üniversitesi ile buluşturan yine Altınay'dır. Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (EQF) ile ilgili çalışmaların başlaması ve bu uygulamaların üniversite ve fakülterlere yayılması için ciddi çalışmalar yapar.

"Ben yaşamım boyunca çalışmadım, hepsi keyiften ibaretti" sözü aklımızdan hiç çıkmaz. Altınay, iş yaparak bundan keyif aldığını söyleyen nadir insanlardan biridir. Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu müdürlüğü (daha sonra Turizm Fakültesi dekanlığı) dönemince akademik anlamda okulun gelişimi için yeni programların açılmasını sağlar. Aşçılık, Gastronomi ve Mutfak Sanatları programları ile Turizm İşletmeciliği doktora programı, onun döneminin programlarıdır.

Üniversitelerin asli görevleri arasında eğitimin yanında topluma karşı sorumlulukları olduğuna inanır. Bu inancını akademik ve farklı ortamlarda devamlı paylaşır. Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu olarak ülke turizminin gelişimi için adımlar atmaktan çekinmez. Bu konuda çok hizmet-

leri olur. Bunlar arasında ülke turizminin önünü açan Turizm Master Planı'nın ilk çalışmalarının Turizm Bakanlığı ile işbirliği içerisinde başlaması onun dönemindedir. Turizm Bakanlığı ile dönemin Çalışma Bakanlığı'nın sektöre yönelik ortak eğitim, ara eleman yetiştirme projeleri ve çalışmalar yine onun girişimleri ile başlatılır.

TURİZM LİTERATÜRÜNE KATKISI

Altınay, yönetsel katkılarının yanında turizm literatürüne önemli katkı sağlayan çalışmalarda da bulunur. Rekabet stratejileri, turizm politikası, turizm ve Avrupa Birliği, turizm planlaması gibi konular araştırma alanları arasında yer alır. KKTC'deki turizm eğitime yönelik çalışmaların ve genel turizm eğitimi incelediği 'Turizm Eğitimi' kitabı, özellikle turizmde rekabetsel stratejilerin analiz edildiği ve turizmin gelişimine ve tanıtımı ile planlanmasına yönelik önerilerin yapıldığı 'Turizm Sektöründe Rekabetsel Stratejiler' onun eserleri arasındadır. Kuzey Kıbrıs'ın örnek olarak yer aldığı ve ekonomik bakış açısıyla Turizmin tartışıldığı 'Küçük Ada ekonomilerinde Turizm' basılmış kitapları arasındadır. Kitapları dışında turizm literatürüne ulusal ve uluslararası yayınlanmış makale ve konferans yazıları vardır. Turizmin yazın literatürüne yaptığı katkılara ek olarak öğrencileri arasında tez danışmanlığı yaptığı ve önemli yerlere gelmiş bir çok insan vardır. Bunlar arasında Ankara'da elçilik yapmış Büyükelçi Ahmet Z. Bulunç ön sıralarda yer almaktadır. Bir dönem KKTC Cumhurbaşkanlığında Müsteşarlık yapmış Hasan Sarıca onun öğrencisidir. Yine KKTC Turizm ve Çevre Bakanlığı Müsteşarı Şahap Aşıkoğlu onun mezun ettiği öğrenciler arasında yer almaktadır. Doktora öğrencisi Nafia Güden, bugün Uluslararası Final Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak hizmet vermektedir. Tez danışmanlığını yapmadığı ama eğitim anlamında önemli katkı verdiği ve bugün turizm sektörü içerisinde farklı kurumlarda akademisyen olarak görev yapan bir çok öğrencisi vardır. Orhan Uludağ (Turizm pazarlaması ve işletmeciliği), Ali Öztüren (Turizm işletmeciliği, Tedarik zinciri yönetimi), Mona Bounzari (Turizm pazarlaması) ile Sıtkiye Kuter (Eğitim yönetimi) önemli figürler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Altınay, beşeri ilişkilere önem veren ve insan sevgisi olan bir kişiliğe sahiptir. Ofisinde onu ofis masasında otururken görmek pek mümkün değildir. Çalışma masası kapı girişinde olan toplantı masasıdır. Çalışma ofisinin kapısı özel bir işi olmadığı sürece devamlı açıktır. Altınay, sadece fakülte öğretim elemanları ile değil, öğrencileriyle de samimi iletişim kuran, onların sorunlarına eğilen ve çözülmesi için uğraş veren bir yapıya sahiptir. Öğrencilerin çoğu onu yine genç öğretim elemanlarına benzer bir şekilde rol modeli olarak görürler. Altınay, onlar için ulaşılabilir sorunlarını dinleyen ve çözüm üreten birisidir. Sohbet etmeyi sever ama onun bile zamanını mutlaka ayarlar ve sınırlandırır. Bir öğrencisinin kendilerini her zaman dolaşırken bile olsa gördüğünde Altınay'ın "söyle aslanım" şeklinde çağırmasını unutmaması ve bunu aktarması sıcak ilişkiler için en güzel söylevlerden biri olarak hafızlarda yer edinir. Öğrencilerine sürekli olarak yabancı dillerini geliştirmelerini ve teknolojiyi mutlaka iyi öğrenmelerini ve kullanmalarını tavsiye eder.

ÇALIŞMA AKRADAŞLARI GÖZÜYLE

Altınay'ın farklı bakış açılarından nasıl değerlendirilebileceğini ve biyografisinin yazılabileceğini planlarken çok yakın çalışma arkadaşlarının görüşlerine başvurdum. Dr. Mine Haktanır (Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi öğretim üyesi), görüşlerine başvurduğum akademisyenlerden bir tanesidir:

Mehmet Altınay, enerjisi ile örnek aldığım bir rol modelidir. Ona yetişmeyi düşünürseniz mutlaka yolda kalırdınız. Yaşam ilkesi eşitlik ve haksızlık yapmama üzerine kuruludur. Müdür olduğu dönemde çok genç olduğum için devamlı fikirleriyle bana yol gösterirdi. Sabahleyin benimle kahve içer güncel konularla ilgili genel bir değerlendirme yapardı. Unutamadığım sözü "olan olmuştur, bir sonraki hedefe bakalım". Bir bakıma geçmiş geçmiştir, geleceğe bakmak lazım.

Altınay, geçmişte takılıp yaşayan bir özelliğe sahip değildir. Dolayısıyla kendisine sürekli yeni hedefler koyar. Uzun yıllar neredeyse akademik yaşamı boyunca kader birliği yaptığı ve sürekli birlikte çalıştığı yakın dostu İşletme Ekonomi Fakültesi eski Dekanı ve Yüksek Öğrenim ve Akreditasyon Kurumu (YÖDAK) Başkanlığı görevin-

de bulunmuş Prof.Dr. Hasan Ali Bıçak'ın görüşleri de bu algıyı doğrular niteliktedir:

Mehmet Altınay ile 1990 yılında tanıştım. Gerek yüksek lisans gerekse doktora sırasında birlikte çalışma olanağı bulduk. Birlikte ortak makaleler yazdık. Yazdığımız her makaleye mutlaka katkı verirdi. Akreditasyonlar ve kalite onun için vazgeçilmez iki önemli hedefti. Bitmeyen bir enerjisi vardır. Yalanı sevmez, işlerini çok yakından takip eder. Mutlaka gününü planlar. Altınay, hedef odaklıdır. Bir işi planlarken o işin nasıl yapılacağını da planlar. Mutlaka hedefleri vardır ama bu hedefleri kişisel değil kurumsaldır. Sorunlara karşı mutlaka yapıcı önerilerde bulunur. Empati yapma özelliği çok gelişmiştir. Uzlaşmacı bir kimliği vardır. Bu özelliğini daha iyi anlatmak için onunla yaşadığım bir anıyı paylaşmak istiyorum. Yoğun geçen bir yönetim kurulu toplantısında Altınay'ın önerisiyle bazı konularda önemli kararlar alınmıştı. Ancak bu kararları içine sindirmeyen bazı yöneticilerimiz vardı. Dönemin Mimarlık Fakültesi Dekanı bunlardan biriydi. Toplantı sonrasında onu aradığımda sekreteri ofisinde olmadığını söyledi. Dekanın kararları ilgili ikna olmadığını düşündüğü için istediği kararlar yönetim kurulundan geçmesine karşın konuyu ona bir kez daha anlatıp ikna olmasını sağlamak için onu ziyarete gitmiştim. Yasa ve tüzükler onun rehberidir. Kesinlikle dışına çıkmaz, özellikle hukuka uygunluk konusunda hassasiyet gösterir. Çalıştığı personelin özlük haklarını sonuna kadar savunur. Dürüst bir kişiliği vardır. Yanlış ve yalan bir şey söylemez ancak bazen doğruları gerektiği kadar söyler. Saygı duyulan bir kişiliği vardır ve bağlantıları çok geniştir.

Altınay'ın siyasi yaşamı süresince hiç ayrılmadığı yakın bir arkadaşı olan Hüseyin Angolemlili (TDP milletvekili) de onu şöyle anlatmaktadır:

Altınay ile uzun yıllar meclis ve parti içerisinde birlikte çalıştık. Çok çalışkan, aldığı görevleri yerine getiren, dürüst bir kişiliği vardır. Olaylara toplumsal bakar. Değerlendirmeleri kişisel değildir. Örgütücü bir yapısı vardır. Sözüünü esirgemez gerektiği yerde mutlaka söyler. Onunla unutamadığım çok anılarım var ama bunlar arasında bir tanesi var ki unutmak mümkün değildir. T.C. Başbakanı Turgut Özal bir dönem ülkemizi ziyarete gelir. Ekonomist olan Özal, KKTC içinde bir takım projelerini dönemin bakanlar kurulu üyeleriyle paylaşmak ister. Özal, kurula hitap ederek Kuzey Kıbrıs'ta ekonominin hizmet sektörüne dayandırılması gerektiğini, çifçiye verilen sübvansiyonların verilmemesi gerektiğini söyler. Bu konuda bakanlar kurulunun görüşünü sorar. Hiç kimseden ses çıkmaz. Bir tek Altınay elini kaldırır ve görüşünü söyler: "Sayın Özal öncelikle ülkemize hoş geldiniz. Bu önerileriniz, giymemiz için önerdiğiniz elbise bize bol gelir. Bizim çiftçiye ve topluma verilmiş sözümüz var, bundan dönemeyiz" der. Bunun üzerine Özal konuyu koalisyon ortakları değerlendirsin dese de dönemin Cumhurbaşkanı Denktaş kabul edilmez-

se yeni hükümet kurulur der ve koalisyon hükümeti sona erer. Bu da bizim koalisyon ortağı olarak hükümetten ayrılmamıza yol açan kararların tetikleyicisi olur.

Altınay hakkında görüş almak için başvurduğum yakın arkadaşlarımdan yine ülkemizin tanınmış hukukcularından birisi olan Çetin Veziroğlu'dur. Veziroğlu, Altınay ile ilgili düşüncelerini şöyle anlatmaktadır:

Uzun yıllar gerek mecliste gerekse partide birlikte çalıştığım Mehmet Altınay çok zeki, çok çalışkan, araştırmayı seven birisidir. Herhangi bir sorun gündemine getirildiğinde konuyu araştırmadan yorumda bulunmaz. Önce araştırmasını yapar, sonra da değerlendirmesini. Sosyal yönü çok güçlüdür. Yakın gördüğü insanlarla ilişkileri çok iyidir. Arkadaşlığı samimidir. Hitabet gücü yüksektir. Kitleleri hareket geçiren bir anlatım yeteneği vardır. Mizahi yönü çok güçlüdür.

Altınay mizahi anlayışı ve konuşmaları genelde tavsiye niteliğindedir. Bu tavsiyeler imbiçten süzülmuş gibi deneyimlerin ürünüdür. Dolayısıyla sizinle genel bir konuda konuştuğunda ya da mizahi şakalar yaptığında aslında size yön verecek tavsiyeleri de kelimeler arasından anlayabilirsiniz.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Mehmet Altınay, politik olarak belirli bir görüşe sahip olsa da, hoşgörüsü geniş olan bir kişiliği vardır. Bu hoşgörü anlayışına uzlaşmacı yaklaşımını da eklemek gerekir. Her sorunun mutlaka uzlaşmayla çözülebileceğine inanır. Yaşam felsefesini kendi ağzından çıkan ifadeyle "yaşam bisiklet pedalı çevirmeye benzer, durduğunuz anda düşersiniz" şeklinde özetlenebilir. Ona bu kadar yoğun bir iş ve çalışma tempo içerisinde "keşke yapmasaydım ya da yapsaydım dediğiniz bir şey var mı?" diye sorulduğunda ise, verdiği yanıt aslında yapılan özveriye de özetlemektedir. En büyük keşkesi ailesidir. Çocuklarına gerektiği kadar zaman ayıramadığını söyler. Onlara daha fazla zaman ayırmalıydım der. Eşi Günay Hanım'ın desteği olmasa bu kadar yoğun bir tempoyu devam ettirebilir miydi? Devam ettiremezdi gibi geliyor. Her ne kadar yeterli zaman ayıramadığını söylese de, durumun öyle olmadığını söyleyebiliriz. Levent, Fahriye ve Zehra. Oğlu ve ikiz kızları. Profesör Levent Altınay, Profesör Fahriye Altınay ve Profesör Zehra Altınay.

Üçü de kendi alanlarında ulusal ve uluslararası düzeyde etkinliği olan akademisyenler olarak kendilerine yer edinirler. Onların bu düzeye gelmelerinde Altınay'ın önemli katkısı vardır.

Politik yaşam sonrası 22 yıl yoğun bir şekilde turizm ailesine akademik, toplumsal ve yönetsel anlamda katkı sağlayan Altınay emekli olsa da, aslında daha yoğun bir temponun içerisinde girerek Yakın Doğu Üniversitesi ile Girne Üniversitesi'nde çalışmalarına, etkinliklere katılmaya, tez danışmanlığı ile idari ve akademik görevlerine devam etmektedir. Bu yazı boyunca Altınay'ın çalışma arkadaşlarıyla yaptığı görüşmeleri, öğrencilerinin düşüncelerini, kendi deneyimlerini en nesnel biçimde paylaşmaya çalıştım. KKTC yanısıra Türkiye'deki turizm sektörü, akademik camia ve öğrencileri tarafından duayen olarak kabul gören ve birçok kişiye rol model olan Altınay, emeği geçtiği kişiler tarafından saygı duyulmaya devam edecek ve unutulmamacak figürler arasında yerini alacaktır.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Altınay, M. ve Bıçak, H. A. (1996). Economic Impact of the Israeli Tourists on North Cyprus, *Annals of Tourism Research*, 23 (4): 928-931.
- Altınay, M., Okumuş, F., Araslı, H. (2004) "The Impact of Turkey's Economic Crisis of February 2001 on the Tourism Industry in Northern Cyprus, *Tourism Management*, 26 (1): 95-104.
- Altınay, L., Bıçak, H. A., ve Altınay M. (2002). Economic Integration and the Tourism Industry of North Cyprus, *Tourism Economics*, 8 (3): 325-335.
- Altınay, L. ve Altınay, M. (2003). How Will Growth be Financed by the International Hotel Companies?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5): 274-282.
- Altınay, M., Bıçak, H. A. ve Jenkins, H. (2005). Forecasting Tourism Demand of North Cyprus, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 12 (3): 87-99.
- Altınay, L., Altınay, M., Bıçak, H. A. (2002). Political Scenarios: The Future of the North Cyprus Tourism Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14 (4): 176, 182.
- Altınay, M. ve Bıçak, H. A. (1998). Competitive Strategies for the Tourism Sector of Small Island State: The Case of North Cyprus, *Journal of Vacation Marketing*, 4 (2): 136-144.
- Altınay, M. ve Hussain, K. (2002). Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (3): 272-280.
- Altınay, M., Bıçak, H. A., Ingham, H. ve Ingham, M. (2005). The Impact of (more) Enlargement on the European Employment Strategy, *Industrial Relations Journal*, 36 (6): 456-477.
- Altınay, M., Alipour, H., Hussain, K. ve Sheikhan, N. (2007). Perceptions of the Beach Users: A Case Study of the Coastal Areas of North Cyprus towards Establishment of a Carrying Capacity, *Tourism Analysis*, 12 (3): 175-190.
- Altınay, M., Aksugür, E., Günyaktı A. ve Bıçak, H. A. (2005). Marina Development in Historical Harbour City of Girne-A North Cyprus Case, *International Conference on Coastal & Marine Tourism Development, Impacts and Management*, (CMT), Çeşme, Türkiye, 15-18 Mayıs 2005.
- Altınay, M., Bıçak, H. A. ve Başer, M. (2005). Marketing Strategies of an Unrecognized Small Island State: The Case of North Cyprus, *International Conference on Perspective Tourism Marketing*, Çeşme, Türkiye, 20-23 Mayıs 2005.
- Altınay, M., Aksugür, E., Günyaktı, A. ve Bıçak, H. A. (2005). Could Yacht Tourism be an Alternative Tourism Potential in North Cyprus?, *International Conference on Coastal & Marine Tourism Development, Impacts and Management*, (CMT 2005), Çeşme, 15-18 Kasım.
- Altınay, M., Bıçak, H. A. ve Yetkili, E. (2005). Impacts of Gazi-magusa Coastal Zone Planning, *International Conference on Coastal & Marine Tourism Development, Impacts and Management*, (CMT 2005), Çeşme, 15-18 Kasım.
- Altınay, M., Bıçak, H. A. ve Jenkins, H. (2002). Tourism Demand Function and Projections for North Cyprus, *First Tourism Congress of Mediterranean Countries*, 17-21 Nisan 2002.
- Altınay, M. ve Bıçak, H. A. (1998). *Tourism Sector of North Cyprus, Prospect Ahead*, Second International Congress on Cyprus Studies, Center for Cyprus Studies, Vol. 1B, EMU, Famagusta "Educational Strategies of North Cyprus and the Education System in the European Union", the Third International Congress on Cyprus Studies, EMU, Famagusta 2000. Dr. Mehmet Altınay, Dr. Hasan Ali Bıçak.
- Altınay, M. (1996). New Trends in World Tourism, *First International and VII National Tourism Congress*, Kuşadası, 29 Kasım-3 Aralık.
- Altınay, M. ve Bıçak, H.A. (1995). The Contribution of the Tourism Sector to the North Cyprus Economy, *25th Anniversary Conference*, Bradford, İngiltere, 8 Nisan.
- Altınay, M. ve Bıçak, H. A. (1995). Offshore Activities in the Turkish Republic of Northern Cyprus, *International Conference on Banking, Finance and Offshore Activity in Islands and Small States*, Malta, 19-21 Ocak.
- Altınay, M., Alipour, H., Hussain, K. ve Bıçak, H. A. (2006). Perceptions of the Beach Users: A Case Study of the Coastal Areas of the North Cyprus towards a 'Carrying Capacity' Establishment, *Tourism Conference 2006: New Perspectives and Values in World Tourism & Tourism Management in the Future*, 20-26 Kasım.
- Altınay, M., Bıçak, H. A. ve Alipour, H. (1995). Turizmde planlama - Politikalar ve KKTC Turizm Sektörü, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3): 87-91.
- Altınay, M. (1995). DAÜ Turizm Bölümü Öğrencilerinin Staj'dan Beklentileri, *TUGEV Turizmde Seçme Makaleler*, 1996, İstanbul. Dr. Mehmet Altınay.
- Altınay, M. ve Bıçak, H. A. (1994). KKTC Turizm Sektörünün Kuvvetli ve Zayıf Yönlerinin Değerlendirilmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 58-63.

Hasan KILIÇ, Prof. Dr., Turizm Fakültesi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Salamis Yolu, Gazi Mağusa/KKTC.

E-posta: hasan.kilic@emu.edu.tr

İkinci Konut Sahipliğinde İtme ve Çekme Faktörleri: Edremit Örneği

<i>Proje Yürütücüsü</i>	: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
<i>Proje Araştırmacıları</i>	: Doç. Dr. Ahmet KÖROĞLU Yrd. Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN Yrd. Doç. Dr. Mehmet SARIOĞLAN Arş. Gör. Cemali BUZLUKÇU Arş. Gör. Musa OFLAZ Arş. Gör. Talha Serdar SEZEN
<i>Destekleyen Kurum</i>	: Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
<i>Başlama ve Bitiş</i>	: 15.06.2017– 15.06.2018

PROJENİN AMACI

Bu proje ile Balıkesir ili Edremit ilçesinde yoğunlukla bulunan ikincil konut sahipliğinde itme ve çekme faktörlerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Yapılacak çalışma ile ikinci konutlar hakkında yeterli sayıda araştırma bulunmayan itme ve çekme faktörleri ve turizm alanyazınına katkı sağlaması hedeflenmektedir. Araştırma sonucunda elde edilecek verilerin analizi ile ortaya çıkarılacak bulguların ışığında bölge turizminde verimliliğin artırılması hedeflenmektedir. Bununla birlikte, bölgede yaşayan yerel halkın ikinci konut sahipliğine bakış açısı ve ikinci konut sahipliğinin bölge turizm ve ekonomisine katkıları da araştırılacaktır.

PROJENİN YAYGIN ETKİSİ/KATMA DEĞERİ

Bilimsel / Akademik: Turizm alanyazınında ikinci konutlarla ilgili nispeten az sayıda araştırma

bulunmaktadır. Bu açıdan akademik özgünlüğe sahip bir çalışma olacaktır. Ayrıca araştırma sonucundan elde edilecek veriler ışığında yeni bilimsel çalışmalar ortaya çıkabilecektir. Projenin elde edeceği sonuçlar ve araştırma sırasında karşılaşılabilecek kısıtlar yeni çalışmalara yol gösterebilecektir.

Ekonomik / Ticari/ Sosyal: İkinci konut sahipliğinde itme ve çekme faktörlerinin tespit edilmesiyle birlikte özellikle destinasyon pazarlaması ve yönetimi konularında yerel yönetimlerin faydalanacağı bilgilere ulaşılacağı düşünülmektedir. Araştırma sonucunda Türkiye turizmine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

PROJEDEN ELDE EDİLEN SONUÇLAR

Devam Ediyor



ETKİNLİK NOTLARI

Editör: **Osman GÜLDEMİR**
E-posta: osmanguldemir@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 28, Sayı 2, Güz: 349 - 353, 2017.
Copyright © 2017 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2017)

Uluslararası İki Önemli Bilimsel Etkinliğin Ardından...

Emre Ozan AKSÖZ

Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Dünya'da söz sahibi turizm araştırmacıları ile genç turizm araştırmacılarının buluşma noktası olan "Dünya Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi"nin (*World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure*) dokuzuncusu 06 - 11 Haziran 2017 tarihlerinde İspanya'nın Cartagena kentinde düzenlendi. Kongre, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research ile Universidad Politécnica de Cartagena işbirliğinde gerçekleşti. Dünya Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi ile Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi (*Interdisciplinary Tourism Research Conference*) eş zamanlı olarak gerçekleştirilmektedir. Bu kez beşincisi düzenlenen "Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi" sayesinde dünyada öncü turizm araştırmacıları ile diğer alanlardaki araştırmacılar buluşmaktadır. Anatolia Dergisi'nin ev sahipliğinde, organizasyon sorumluluğu Prof. Dr. Metin Kozak (Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye), Prof. Dr. Nazmi Kozak (Anadolu Üniversitesi, Türkiye) ve Prof. Dr. Andreas Artal-Tur (Technical University of Cartagena, İspanya) tarafından yerine getirilen iki konferansta, İran'dan İngiltere'ye, Amerika Birleşik Devletleri'nden Yeni Zelanda'ya, Sırbistan'dan Brezilya'ya kadar yaklaşık 20 ülkeden toplam 62 bildiri sunuldu. Konferans öncesi bütün bildiriler hakem değerlendirmesine tabi tutularak sunuma değer çalışmalar belirlendi. Bu çalışmaların belirlenmesinde 30 ülkeden 77 hakem görev aldı.

Kongre, her zamanki gibi gündemi takip eden ve turizm için önemli sorunlara ışık tutan seminerlerle açıldı. Dr. Antonia Correira (Algarve Üniversitesi ve Avrupa Üniversitesi, Portekiz) "Turizmde bilgide dönüşüm yapay sinir ağları analizi" konulu bir seminer verdi. Daha sonra

Prof. Dr. Metin Kozak tarafından turizm araştırmalarının dünü bugünü, geldiği nokta ve yönelimlerine değindikten sonra kongrenin başlangıç tarihinden bugüne gelirken kat ettiği yollardan da bahsederek kongreyi başlatmış oldu. Kongreye toplamda 100'ün üzerinde akademisyen ve lisansüstü öğrenci katılarak çalışmalarını sundu. Çalışmaların konuları arasında, hizmet pazarlaması turizmde sosyal medyanın kullanımı, destinasyon pazarlaması ve yönetimi, turizm yönetimi ve ekonomisi, turist davranışları ve turizm pazarlaması yer aldı. Disiplinlerarası bölüm ise daha çok ekonomi, rekabet, sosyoloji ve kültür, politika, turizm yönetimi, konaklama operasyonları, pazarlama, sürdürülebilir kalkınma gibi turizm alanı ile bağlantılı bildirilerin sunulduğu oturumlardan oluştu. Açılış töreni ve konuşmaların ardından altı ayrı salonda eşzamanlı oturumlar gerçekleşti.

Konferans sadece kabul edilen çalışmaların sunumlarından ibaret değildi. Konferansın gerçekleştiği her iki günün sonunda da ana salonda paneller gerçekleştirildi. Bu panellerde katılımcı sayısı oldukça yüksekti. Bunların ilki "Turizmde bilgi, üretim ve uygulama" konusu üzerineydi. Bu panele Regina Schlüter (Universidad Nacional de Quilmes, Arjantin), Jafar Jafari (University of Wisconsin-Stout, ABD), David Harrison (Middlesex University, İngiltere) ve Donna Chambers (University of Sunderland, İngiltere) konuşmacı olarak katıldılar. İkinci gün gerçekleşen panelin konusu ise İspanya Murcia bölgesinin turizm kalkınma planlaması üzerine idi. Bu panele Cartagena Politeknik Üniversitesi'nin rektör yardımcısı Beatrice Miguel, Cartagena turizmi yetkilisi Obdulia Gómez, Murcia bölgesi turizm operatörü yetkilisi katılırken paneli, kongrenin de organizatörlerinden olan Andreas

Artel-Tur yönetti. Diğer panelin konusu ise “Yeni Araştırma Fikirleri: Nerede ve Nasıl?” idi. Her iki panele de katılımcılar büyük ilgi gösterdiler ve seminer sonunda soru cevap kısmı ile merak ettikleri kısımlarla ilgili bilgi sahibi oldular. John Crompton (Texas A&M University, ABD), Adele Ladkin (Bournemouth University, İngiltere), Antonia Correia (University of Algarve & Universidade Europeia, Portekiz), SooCheong (Shawn) Jang (Purdue University, ABD), Karl Wöber (Modul University, Avusturya), Regina Schlüter (Universidad Nacional de Quilmes, Arjantin), Egon Smeral (Modul University, Avusturya), Jafar Jafari (University of Wisconsin-Stout, ABD), David Harrison (Middlesex University, İngiltere), Donna Chambers (University of Sunderland, İngiltere) gibi çok önemli isimler konferansa katılan dünyaca bilinen duayenlerden bazılarıydı.

Konferansın son etkinliği ise ödül almaya hak kazanan araştırma sahiplerine ödüllerin takdim edildiği Gala yemeğiydi. Onur konuklarına teşekkür plakettekinin de sunulduğu bu yemekte, her kongrede geleneksel olarak belirlenen nitelikli bildiri ve tez çalışmaları da açıklandı. Kongrede ödül alan çalışmalar ve sahipleri şöyle sıralandı:

- *John Crompton Farkındalık Ödülünü (Recognition Award); “Seyahat edenlerin yüzde kaç Otel Yorumları Yazmaktadır? (What Percentage of Travelers Are Writing Hotel Reviews?)”* adlı çalışmasıyla, Juan Pedro Mellinas (Universidad Internacional de La Rioja, İspanya) aldı.
- *Regina Schlüter Farkındalık Ödülünü (Recognition Award) ise; “Turizmde Inovasyon Deneyimi: Ön Büro Personellerinin Rolü (Experience Innovation In Tourism: The Role of Front-Line Employees)”* adlı çalışmalarıyla Danimarka, Roskilde Üniversitesi’nden Jens Friis Jensen ve Flemming Sorensen aldılar.
- *En iyi doktora tezi ödülünü; Hanna Paulose (The Ohio State University, ABD) “Tüketicileri Yeşile Gitmeye İkna Etmek: Algılanan Hizmetin Çevresel Davranışa Etkisi (Persuading Consumers to Go Green: Effect of Perceived Service Greenness on Environmental Behavior)”* adlı çalışmasıyla almaya hak kazandı.

- *En iyi araştırma ödülünü ise “El Valle ve Carrasco Doğal Parklarının Rekreatif Değerleri (Recreational Value of El Valle and Carrasco Natural Park)”* adlı çalışmalarıyla Miguel Angel Tobarra-Gonzalez ve Javier Mendoza Monpean (Universidad Politecnica de Cartagena, İspanya) kazandılar.

Konferansın sosyal programları da öne çıkan unsurlar arasındaydı. Özellikle bir liman şehri olan Cartagena ve çevresinin doğal ve tarihi değerlerini keşfetmeye yönelik gezi ve organizasyonların düzenlenmesi dikkat çekiciydi. Katılımcılar gerek akademik gerekse de sosyal programlar açısından zengin içerikli ve doygun bir konferansa katılmış olmanın mutluluğu içerisindeydiler. Cartagena ve çevresine düzenlenen tekne turu yoğun ilgi görmüştü. Bu konferanslar daha önceleri her iki yılda bir Türkiye’de düzenlenmekteyken, ilk kez bu sene yurtdışında düzenlendi. Organizasyon komitesinden Prof. Dr. Metin Kozak bundan sonra bu sürecin devam edeceğini ve konferansı her iki yılda bir yurtdışında düzenlemeye çalışacaklarından bahsetti. Konferansın önemli katkılarından biri, turizm akademisyenliğine yeni adım atan ya da atmak isteyen araştırmacıların mesleği öğrenmek üzere okudukları yayın ya da kitapların yazarlarıyla yüz yüze tanışma fırsatı bulmalarıydı. Konferansın başından sonuna kadar sunumları izleyenler görüş alışverişinde bulundular ve konuları benzerlik gösteren akademisyenler tanışarak ileride yapacakları ortak çalışmaların ilk adımlarını bu konferans sayesinde atmaya başladılar. Konferansın bir diğer önemli katkısı da yüksek lisans ve doktora tez konularını sunanlar ile dünya çapında takip edilen duayen araştırmacıların buluşmasıydı. Böylece, çalışmalarını sunan genç akademisyenler yaptıkları yanlışları ya da eksikleri öğrenmiş ve kendilerini geliştirmiş oldular.

Emre Ozan AKSÖZ, Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir

*E-posta: ozana@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4109-8847*

III. Turizm Şurası

Tolga Fahri ÇAKMAK

Bartın Üniversitesi
Meslek Yüksekokulu

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen *III. Turizm Şurası*, 1-3 Kasım 2017 tarihleri arasında Sheraton Ankara Otel’de gerçekleştirildi. İlki 20-22 Ekim 1998 tarihinde, ikincisi 12-14 Nisan 2002 tarihinde yapılan şuraların üçüncüsü 15 yıl aradan sonra “tam zamanı” sloganı ile 2023 turizm stratejisinde yapılması planlanan revizyonlara odaklanmıştı. III. Turizm Şurası 325 üyenin görev aldığı 13 komisyon çerçevesinde toplandı. Bu komisyonlar sırası ile Turizm Politikaları, Turizmde Örgütlenme ve Destinasyon Yönetimi, Turizmde Ürün Çeşitliliği ve Sürdürülebilirlik, Çevre-Planlama-Altyapı, Yatırım-Teşvik-Finansman, Konaklama Sektörü, Seyahat Acentacılığı ve Ulaşım, Tanıtma ve Pazarlama, Dijital Turizm ve İnovasyon, Turizm Eğitimi, İstihdamı ve Turist Rehberliği, Yerel Yönetimler ve Turizm, İç Turizm, Gastronomi Turizmi şeklindedir. Şura öncesi komisyonlar yaptıkları toplantılarda toplamda 28 raportör eşliğinde 1400 saatlik çalışma sonrası 150 sayfalık şura raporu hazırladılar. Ayrıca şuraya gönderilen 185 tebliğden 109 tanesi kabul edilerek iki ciltlik bildiri kitabı basıldı. Organizasyon için yapılan davet, davetin gittiği kuruma göre farklı şekilde gerçekleşti. Meslek birliklerinden davet listeleri istenirken, üniversiteler ve akademisyenler davet edilmiş ayrıca ve sivil toplum örgütlerinden de katılımcılar çağırılmıştır.

III. Turizm Şura’sı ilk günü Sheraton Ankara Otel’de toplanma sonrası Cumhurbaşkanlığı Külliyesine geçilmiş, T.C. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın teşrifi ve Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş’un açılış konuşmaları ile başladı. Açılış konuşması sonrası, sekiz bakanın katılımı ile bakanlar oturumu yapıldı. Bakanlar oturumu Numan Kurtulmuş moderatörlüğünde, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Jülide Sarıeroğlu, İçişleri Bakanı Süleyman Soylu, Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan, Maliye Bakanı Nazi Ağbal, Orman ve Su İşleri Bakanı Veysel Eroğlu, Sağlık Bakanı Ahmet Demircan ile Ulaştırma, De-

nizcilik ve Haberleşme Bakanı Ahmet Arslan’ın katılımları ile gerçekleşti. Oturuma katılan her bakan onar dakikalık süre zarfında bakanlıklarının turizm konusundaki girişimlerini anlatıp, turizm ile ilgili bakanlıklar kapsamında geleceğe yönelik fikirlerini belirtip, çeşitli önerilerde bulundular. Bakanlar oturumunun verdiği önemli mesajlardan biri bütün bakanlıkların birbirleri ile koordineli çalışmakta olduğu, turizm plan ve politikalarının da bu kapsamda değerlendirilmesinin öneminin belirtilmesiydi. Bakanlar oturumu sonrası Ankara Sheraton Otel’de komisyon toplantılarına başlandı. Komisyonlarda yapılan tartışmalarda komisyon üyeleri dışında, izleyici olarak toplantılara katılan profesyonellerin bilgi ve deneyimlerine de sıklıkla başvuruldu.

Üç gün boyunca gerçekleşen yoğun toplantılardan önemli kararlar çıktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bakan Numan Kurtulmuş, her fırsatta alınan kararların toplantı salonlarında kalmayacağını ve uygulamaya doğrudan geçeceğini vurgulamıştır. III. Turizm Şurası kapsamında alınan önemli kararlardan biri turizm meslek yasasının çıkartılması gerekliliğidir. Öte yandan Kültür ve Turizm Bakanlığı’nda turizm diploma-lı insan kaynağının daha çok istihdam edilmesi kararı ile akademik turizm eğitiminde turizm diplomalı ya da turizm alanına bilimsel katkılar sunan akademisyenlerin öncelikli olması gerektiği vurgulanmıştır. Başta Çin Cumhuriyeti olmak üzere Uzakdoğu turizm pazarının çeşitlendirilmesi ve Ortadoğu pazarına verilen önemin artırılması, İpek Yolu’nun geçtiği güzergâhın turizm açısından farkındalığını arttıracak girişimlerde bulunulması ve bu coğrafya ülkeleri ile eğitimden ticarete işbirlikleri kurulması alınan diğer kararlar arasındadır.

Tolga Fahri ÇAKMAK, Öğr. Gör., Bartın Üniversitesi, Turizm ve Seyahat Hizmetleri Bölümü, Liman Mah., İskele Cad., Yalı Sk., No:1, Meslek Yüksekokulu, 74500 Kurucuşile, BARTIN.

E-posta: tolgafahricakmak@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7952-1102

IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları ve IV. Rekreasyon Araştırmaları Kongreleri'nin Ardından...

Ceyhun UÇUK - Oya ÖZKANLI

Gaziantep Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi

Turizmin disiplinlerarası içeriğinin ve boyutunun daha iyi anlaşılması ve turizmin çok disiplinli olarak incelenmesine katkıda bulunmak amacıyla IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi 9-12 Kasım 2017 tarihlerinde Kuşadası'nda gerçekleştirildi. Bu yıl Ulusal çapta düzenlenen bilimsel etkinliklerin birçoğunun tekrar edilmediği ya da uluslararası kongrelere dönüştüğünü ve Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nin de tekrar düzenlenmeyeceğini kongre esnasında öğrendik. Kartaca Turizm'in organizasyonel faaliyetlerini üstlendiği Kongre'nin mekânı ise Le Bleu Hotel'di. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi ve Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin birlikte düzenlediği kongreye Türkiye'nin farklı bölgelerinden akademisyenler, bilim insanları ve lisansüstü öğrenciler katıldı. Kongre alanında Detay Yayıncılık'a ait tanıtım standının yanı sıra Kartaca Turizm'e ait tanıtım ve kayıt standı yer aldı. 9 Kasım günü Kongre kapsamında *Kasım Rüzgarları II Sergisi* ve *VIII. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Sergisi*'nin açılış kokteyli eş zamanlı olarak gerçekleştirildi. Açılışın ardından sergide yer alan eserler tüm katılımcılar ile birlikte gezildi.

10 Kasım günü Kongre açılış konuşmalarından önce Mustafa Kemal Atatürk'ün 79. ölüm yıl dönümü olması dolayısıyla Atatürk ve şehitlerimiz için bir dakikalık saygı duruşunda bulunuldu ve ardından İstiklal Marşı okundu. Açılış konuşmalarını Rekreasyon Derneği Başkanı Canan Doğruer, Prof. Dr. Özkan Tütüncü ve Prof. Dr. Nazmi Kozak gerçekleştirdi. Doğruer konuşması sırasında Rekreasyon Derneği'nin faaliyetlerinden söz etti. Birçok sosyal sorumluluk projesi yürüttüklerini, sportif ve doğa faaliyetleri gerçekleştirdiklerini ifade eden Doğruer'in ardından IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Nazmi Ko-

zak konuşmasını gerçekleştirdi. Hali hazırda var olan kongrelerin sayısının oldukça fazla olduğunu ve kongrelerin niceliksel açıdan değil niteliksel açıdan değerlendirilmesi gerektiği ifade eden Prof. Dr. Nazmi Kozak, Türkiye'de uluslararası kongrelerin niteliklerinin tartışılması gerektiğini belirtti. IV. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Özkan Tütüncü açılış konuşmasında bir arada gerçekleştirilen bu iki kongre fikrinin altı yıl önce ortaya çıktığını belirtti. Akademik Teşvik Yönetmeliği'nin Türkiye'de kongre patlamalarına ve kongrelerin yapılarında değişikliklere neden olduğunu dolayısıyla da ulusal çapta düzenlenen kongrelere olan ilginin azaldığını ifade eden Prof. Dr. Özkan Tütüncü, açılış konuşmasının yanı sıra bir de *Atatürk ve Rekreasyon* isimli sunum gerçekleştirdi. Atatürk'ün bir rekreasyon önderi de olduğunu fotoğraflar ve Atatürk'ün gerçekleştirdiği faaliyetler üzerinden örneklediği konuşmasının sonunda Prof. Dr. Özkan Tütüncü; sonraki yıllarda Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi ve Rekreasyon Araştırmaları Kongresi'nin birleştirilerek devam ettirileceğini ifade etti.

IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'ne coğrafya, turizm, gastronomi, peyzaj ve rekreasyon gibi farklı alanlardan katılım gösterildi. Kongrenin ikinci gününde düzenlenen *Lisansüstü Turizm Tezlerinde Danışmanlık Kurumu ve Önemi* isimli panelin moderatörlüğünü Prof. Dr. Nazmi Kozak gerçekleştirirken, konuşmacılar: Doç. Dr. Osman Nuri Özdoğan, Prof. Dr. İsmail Kızılırmak, Prof. Dr. Metin Kozak ve Prof. Dr. Özkan Tütüncü'yü. Lisansüstü öğrencilerin yerine getirmesi gereken sorumluluklardan ve danışman hocaların tutum ve davranışlarından söz edilen konuşmalara yer verilen panel sosyal medya üzerinden de canlı olarak yayımlandı. Yurtiçi ve yurtdışından katılımcıların takip

ettiği konuşmalar esnasında çevrimiçi olarak da sorular alındı.

Kongrenin bir diğer paneli de yine oldukça ilgi gören *Doktora Öğrencilerinin Gözüyle Türkiye’de Lisansüstü Turizm Çalışmaları* paneli oldu. Panelin moderatörlüğünü Engin Bayraktaroğlu yaparken konuşmacılar ise Çağdaş Aydın, Vedat Acar, Gözde Yılmazdoğan, Zeynep Kurtulay ve Sonay Kaygalak’tı. Panelistler özellikle danışman seçimlerinde öğrencinin fikrinin yok sayılmaması noktası üzerinde dururken, birçok anabilim dalı başkanının öğrencilerin kendi danışmanlarını seçmelerine olanak tanımadıklarını ifade ettiler.

Kongrede yoğun bir katılım ile Prof. Dr. Metin Kozak tarafından *Araştırma Yöntemlerinde Yeni Eğilimler* konferansı gerçekleştirildi. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çok yazarlı çalışma sayısının arttığını belirten Prof. Dr. Metin Kozak dünyada artık geçerliliğini yitiren yöntemler olduğunu, bunların birçoğunun ülkemizde halen kullanılmakta olduğunu, bu yöntemler yerine yeni yöntemlerin kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Analizlerin ve yöntemlerin nasıl uygulandığını bir başkasından değil de kendisinin bireysel çabası ile öğrendiğini belirten Prof. Dr. Metin Kozak artık bu yöntemleri unutmasının mümkün olmadığını ifade etmiştir. Genç akademisyen ve bilim insanlarına araştırma yön-

temleri konusunda tavsiyelerde bulunan Kozak, birçok yeni araştırma yönteminden, dünyada disiplinlerarası çalışmaların sayısının arttığını ifade etmiştir. Kozak ayrıca senaryo çalışmaları, fenolojik çalışmalar ve gömülü teori çalışmalarının dünyada yaygın bir şekilde kullanıldığından söz ederek konferansı tamamlamıştır. Eş zamanlı olarak düzenlenen IV. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi ile birlikte toplam 110 katılımcıya ev sahipliği yapan Kongrelerde üç farklı salonda beş oturum gerçekleştirildi. Akademisyen ve bilim insanlarının katıldığı IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi’nde toplam 19 sözlü bildiri sunuldu ve iki panel ve bir konferans gerçekleştirildi. Kongre süreci; bilimsel anlamda önemli bilgilerin paylaşıldığı, katılanların memnuniyetlerinin yüzlerinden okunduğu bir etkinlik olarak geride bırakıldı.

Ceyhun UÇUK, Öğr. Gör. Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 27310, Şehitkamil, GAZİANTEP.

E-posta: ceyhunucuk@gantep.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2809-6430

Oya ÖZKANLI, Yard. Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 27310, Şehitkamil, GAZİANTEP.

E-posta: ozbayram@gantep.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0960-2425

YAYIN DİZİNİ

Hakem Denetimli Makaleler

Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlilik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi, Sinan ŞENER, Volkan BAHÇECİ, Hümeysra DOĞRU, Zehra Gökçe SEL, Mehmet ERTAŞ, Seren SONGÜR, Özkan TÜTÜNCÜ, 28 (1): 7 - 26.

Turizmin Yerel Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi: Marmaris Otelcilik Endüstrisi Örneği, Mustafa TERZİOĞLU, Ummuhan GÖKOVALI, 28 (1): 27 - 38.

Foça Club Med Tatil Köyü: Tarihçesi, Özellikleri ve Türkiye Turizmi için Sonuçları, Metin KOZAK, Yeşim COŞAR, 28 (1): 39 - 57.

İstismarcı Yönetici Algısının Kayıtarma Üzerindeki Etkisinde Duygusal Tükenmenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir İnceleme, Emre SEZİCİ, Ömer Zafer GÜVEN, 28 (1): 58 - 68.

Uçuş Deneyiminde Müşterilerarası Etkileşimler: Kritik Olaylar Tekniği İle Bir Durum Analizi, Meltem CABER, 28 (1): 69 - 80.

Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Nitel Bir Araştırma, Gökhan YILMAZ, Bahattin ÖZDEMİR, 28 (1): 81 - 95

Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekânın Etkinliği, Nur KULAKOĞLU DİLEK, Cafer TOPALOĞLU, 28 (1): 96 - 109.

Turizm Kentlerinde Ekonomik Farklılaşma ve İlgili Çeşitlilik, Hilal ERKUŞ-ÖZTÜRK, 28 (2): 215 - 226.

Rekreasyon Faaliyetlerine Katılan Kişilerin (Rekreasyonistlerin) Örtük Liderlik Algıları, Meryem AKOĞLAN KOZAK, Çağdaş AYDIN, Ceren AYDIN, 28 (2): 227 - 243.

Uluslararası Turizm ve Uluslararası Barış: Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye Ziyaretçi Akımı Örneği, 1992-1999, Ali BAŞARAN, Atay AKDEVELİOĞLU, 28 (2): 244 - 256.

İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Tutumları: Yalova-Çımarık Örneği, Ayşe OKUYUCU, Mehmet SOMUNCU, 28 (2): 257 - 268.

Turizm ve Şehir Vergisi: Kuramsal Bir Analiz ve Türkiye Üzerine Öneriler, Mustafa DOĞAN, 28 (2): 269 - 280.

Mükemmeliyetçiliğin İş Performansına Etkileri: Aşçılar Üzerine Bir Araştırma, Serdar EREN, Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, 28 (2): 281 - 292.

Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi, Özgü KOCABULUT - Tahir ALBAYRAK, 28 (2): 293 - 303..

SEÇME ÇEVİRİ MAKALE

Turizm, Terörizm ve Siyasi İstikrarsızlık, Sevil F. SÖNMEZ / Türkçe'ye Çevirenler: Ayşegül ACAR, Ozan ATISIZ, 28 (1): 138 - 142.

Moleküler Gastronomi Bilimsel Bir Disiplin, NBN Mutfak Bir Sonraki Mutfak Eğilimidir, Herve THIS / Türkçeye Çevirenler: Şehnaz DEMİRKOL, İbrahim ÇİFÇİ, 28 (2): 304 - 314.

Rekreasyon İncelemeleri

Rekreasyon Alanında Kurumsallaşma Sürecinin Yeniden Değerlendirilmesi, Özkan TÜTÜNCÜ, 28 (1): 110 - 137.

Yaşlılık ve Rekreasyon, İpek AYDIN - Özkan TÜTÜNCÜ, 28 (2): 315 - 321.

Editöre Mektup

Doktora Tezi Kapsamında Kuşadası-İstanbul-Antalya ve Kapadokya'da Günübirlik Turlarda Gerçekleştirilen Katılımlı Gözlemlere İlişkin Notlar, Vedat ACAR, 28 (2): 322 - 324.

Türk Turizm Tarihinden

Türk Turizm Tarihinde Bir Büyük Usta: Selahattin Çoruh, Mehmet ÖZDEMİR, 28 (1): 143 - 152.

Türk Turizm Araştırmacıları

Bülent Ağaoglu: Bir "Ahir Zaman" Şövalyesi, Nazmi KOZAK, 28 (1): 153 - 163.

Türkiye Turizm Ana Politikalarının Öncüsü: İhsan Çetin, Arzu TURAN, 28 (1): 164 - 169.

Muhsin Zekai Bayer: Milli Parklar ve Turizm Dostu, Nihan YENİLMEZ ARPA, 28 (1): 169 - 180.

Ankara Otelcilik Okulu'nun Efsane Müdürü: Yunus Aslan, Arzu TURAN, 28 (1): 180 - 186.

Şükrü Yarcan: Uygulamadan Teoriye Bir Turizm Akademisyeni, Gürel ÇETİN, 28 (2): 325 - 329.

Şule Çetin Portresi: Bir Turizm Öncüsü, Sevda SAHİLLİ BİR-DİR, 28 (2): 329 - 334.

Akademik Turizm Yayıncılığı ve Hüseyin Yıldırım, Hasan GÜLSAÇAN, 28 (2): 334 - 340.

Mehmet Altınay: Çok Yönlü Kişiliği, Enerjisi ve Uzlaşmacı Yaklaşımı, Hasan KILIÇ, 28 (2): 340 - 347.

Etkinliklerimiz

Araştırma Yöntemleri Semineri (2002-2017): Başlangıcından Bugüne Bir Seminerin Anatomisi, Nazım KÖRÜKÇÜ, 28 (1): 187 - 199.

Turizm Araştırma Projeleri

Trakya Turizm Rotası, (Proje Yürütücüsü: Yrd. Doç. Dr. Nilüfer VATANSEVER TOYLAN), 28 (1): 200 - 202.

İkinci Konut Sahipliğinde İtme ve Çekme Faktörleri: Edremit Örneği, (Proje Yürütücüsü: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT), İkinci Konut Sahipliğinde İtme ve Çekme Faktörleri: Edremit Örneği, (Proje Yürütücüsü: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT), 28 (2): 348.

Etkinlik Notları

13. *Araştırma Yöntemleri Semineri*, Leyla ŞİŞİK, 28 (1): 203.
- II. *Uluslararası Gastronomi Kongresi İzmir'in Ardından*, Burak MİL, 28 (1): 204 - 206.
- Uluslararası İki Önemli Bilimsel Etkinliğin Ardından...*, Emre Ozan AKSÖZ, 28 (2): 349 - 350.
- III. *Turizm Şurası*, Tolga Fahri ÇAKMAK, 28 (2): 351..
- IV. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları ve IV. Rekreasyon Araştırmaları, Kongreleri'nin Ardından...*, Ceyhun UÇUK, Oya ÖZKANLI, 28 (2): 352 - 353.

YAZAR DİZİNİ

- ACAR, A., 28 (1): 138 - 142.
- ACAR, V., 28 (2): 322 - 324.
- AKDEVELİOĞLU, A., 28 (2): 244 - 256.
- AKOĞLAN KOZAK, M., 28 (2): 227 - 243.
- ALBAYRAK, T., 28 (2): 293 - 303.
- ATSIZ, O., 28 (1): 138 - 142.
- AYDIN, C., 28 (2): 227 - 243.
- AYDIN, İ., 28 (2): 315 - 321.
- BAHÇECİ, V., 28 (1): 7 - 26.
- BAŞARAN, A., 28 (2): 244 - 256.
- CABER, M., 28 (1): 69 - 80.
- COŞAR, Y., 28 (1): 39 - 57.
- ÇETİN, G., 28 (2): 325 - 329.
- ÇİFÇİ, İ., 28 (2): 304 - 314.
- DEMİRKOL, S., 28 (2): 304 - 314.
- DOĞAN, M., 28 (2): 269 - 280.
- DOĞRU, H., 28 (1): 7 - 26.
- EREN, S., 28 (2): 281 - 292.
- ERKUŞ-ÖZTÜRK, H., 28 (2): 215 - 226.
- ERTAŞ, M., 28 (1): 7 - 26.
- Fahri ÇAKMAK, T., 28 (2): 351..
- Gökçe SEL, Z., 28 (1): 7 - 26.
- GÖKOVALI, U., 28 (1): 27 - 38.
- GÜLSAÇAN, H., 28 (2): 334 - 340.
- GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, A., 28 (2): 281 - 292.
- KILIÇ, H., 28 (2): 340 - 347.
- KOCABULUT, Ö., 28 (2): 293 - 303.
- KOZAK, M., 28 (1): 39 - 57.
- KOZAK, N., 28 (1): 153 - 163.
- KÖRÜKÇÜ, N., 28 (1): 187 - 199.
- KULAKOĞLU DİLEK, N., 28 (1): 96 - 109.
- MİL, B., 28 (1): 204 - 206.
- OKUYUCU, A., 28 (2): 257 - 268.
- Ozan AKSÖZ, E., 28 (2): 349 - 350.
- ÖZDEMİR, B., 28 (1): 81 - 95.
- ÖZDEMİR, M., 28 (1): 143 - 152.
- ÖZKANLI, O., 28 (2): 352 - 353.
- SAHİLLİ BİRDİR, 28 (2): 329 - 334.
- Sevil F. SÖNMEZ, S., 28 (1): 138 - 142.
- SEZİCİ, E., 28 (1): 58 - 68.
- SOMUNCU, M., 28 (2): 257 - 268.
- ŞENER, S., 28 (1): 7 - 26.
- ŞİŞİK, L., 28 (1): 203.
- TERZİOĞLU, M., 28 (1): 27 - 38.
- THIS, H., 28 (2): 304 - 314.
- TOPALOĞLU, C., 28 (1): 96 - 109.
- TURAN, A., 28 (1): 180 - 186; 164 - 169.
- TÜTÜNCÜ, Ö., 28 (1): 110 - 137; 28 (2): 315 - 321.
- UÇUK, C., 28 (2): 352 - 353.
- YENİLMEZ ARPA, N., 28 (1): 169 - 180.
- YILMAZ, G., 28 (1): 81 - 95.
- Zafer GÜVEN, Ö., 28 (1): 58 - 68.

2017 YILI HAKEM LİSTESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi' ne önerilen makalelerin değerlendirilmesindeki özverili çalışmalarından dolayı bütün hakemlere çok teşekkür ederiz, *Editörlük*

AKBABA, A., *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi*
ALTUN, I., *Kocaeli Üniversitesi*
ALTUNÖZ SÜRÜCÜ, Ö., *Sinop Üniversitesi*
ALVAREZ, M. D., *Boğaziçi Üniversitesi*
ASLAN, A., *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*
ASLAN, Z., *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*
AYTAÇ, A. S., *Harran Üniversitesi*
BAYKAL, E., *Ege Üniversitesi*
BİRDİR, K., *Mersin Üniversitesi*
BOZ, D., *Çukurova Üniversitesi*
ÇETİN, G., *İstanbul Üniversitesi*
ÇİZEL, B., *Akdeniz Üniversitesi*
ÇOLAKOĞLU, O. E., *Adnan Menderes Üniversitesi*
ÇUHADAR, M., *Süleyman Demirel Üniversitesi*
DOĞAN, E., *Okan Üniversitesi*
DUMAN, T., *International Burch Üniversitesi*
EVREN, S., *Gümüşhane Üniversitesi*
GÖKDENİZ, A., *Balıkesir Üniversitesi*

GÜÇLÜ NERGİZ, H., *Kocaeli Üniversitesi*
GÜNEREN ÖZDEMİR, E., *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*
KANTARCI, K., *Akdeniz Üniversitesi*
KARADENİZ, E., *Mersin Üniversitesi*
KARAGÜL, K., *Pamukkale Üniversitesi*
KARAMUSTAFA, K., *Erciyes Üniversitesi*
KOÇ, E., *Balıkesir Üniversitesi*
KOÇAK, G. N., *Mersin Üniversitesi*
KURGUN, A., *Dokuz Eylül Üniversitesi*
KÜÇÜKUSTA, D., *The Hong Kong Polytechnic Üniversitesi*
Ozan AKSÖZ, E., *Anadolu Üniversitesi*
ÖZDOĞAN, O. N., *Adnan Menderes Üniversitesi (2)*
ÖZKAN TEKTAŞ, Ö., *Hacettepe Üniversitesi*
SARIIŞIK, M., *Sakarya Üniversitesi*
SAVAŞIR, G., *Dokuz Eylül Üniversitesi*
SOMUNCU, M., *Ankara Üniversitesi*
TANRISEVDİ, A., *Adnan Menderes Üniversitesi*
TANRISEVER, C., *Kastamonu Üniversitesi*
TUNA, M., *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*
TÜRKAY, O., *Sakarya Üniversitesi*
YAKUT, K., *Anadolu Üniversitesi*
ZENCİR, E., *Anadolu Üniversitesi*

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, altışar aylık dönemlerde (Bahar ve Güz) yayınlanır ve merkezi, Ankara'dır. Dergide turizm ve ilgili/ilişkili 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. Dergiyi, *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. Dergiyi 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: Dergiyi yayımlanması amacıyla önerilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirmeye tabi tutulur hakemlerin önerilerine dikkate alınır ve istenilen düzeltmelerin 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 dergiyi önerilmesi aşamasında gönderilmelidir.

MAKALELERİN GÖNDERİLECEĞİ ADRES:

Yrd. 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: Dergiyi 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 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 önemsiz 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 coğrafi 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, şimdiye kadar yapılan açıklamaların ışığında var olan veya olduğuna inanılan sorunun ve çözümünün ortaya konulabilmesi için yürütülen araştırmaya ait bilgiler açıklanır. Çalışmada kullanılacak yaklaşım 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 araştırması tekniklerinden biri ile gerçekleştirilmiş ise seçilen örnekleme tekniği ve bu tekniğin tercih edilme nedenleri açıklanır. Çalışma, "topluluk 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 çalışmalar için geçerlidir. Derleme (toplu bakış) türü makalelerde analiz bölümü genellikle bulunmaz. Buradaki açıklamalar genel olarak alan araştırması teknikleri ile derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz çeşidinin 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 soruları 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 gereğinden fazla kullanılan açıklamaları tablolar ile boğmamaktır. Mümkün olduğunca 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 açıklanacağına düşündürdüğü durumlarda, makaleyi dergiyi 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 50 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 içerisinde 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 belirtme", "yazarlıkla ilgili konular (yazar adı belirtme, 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.

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:

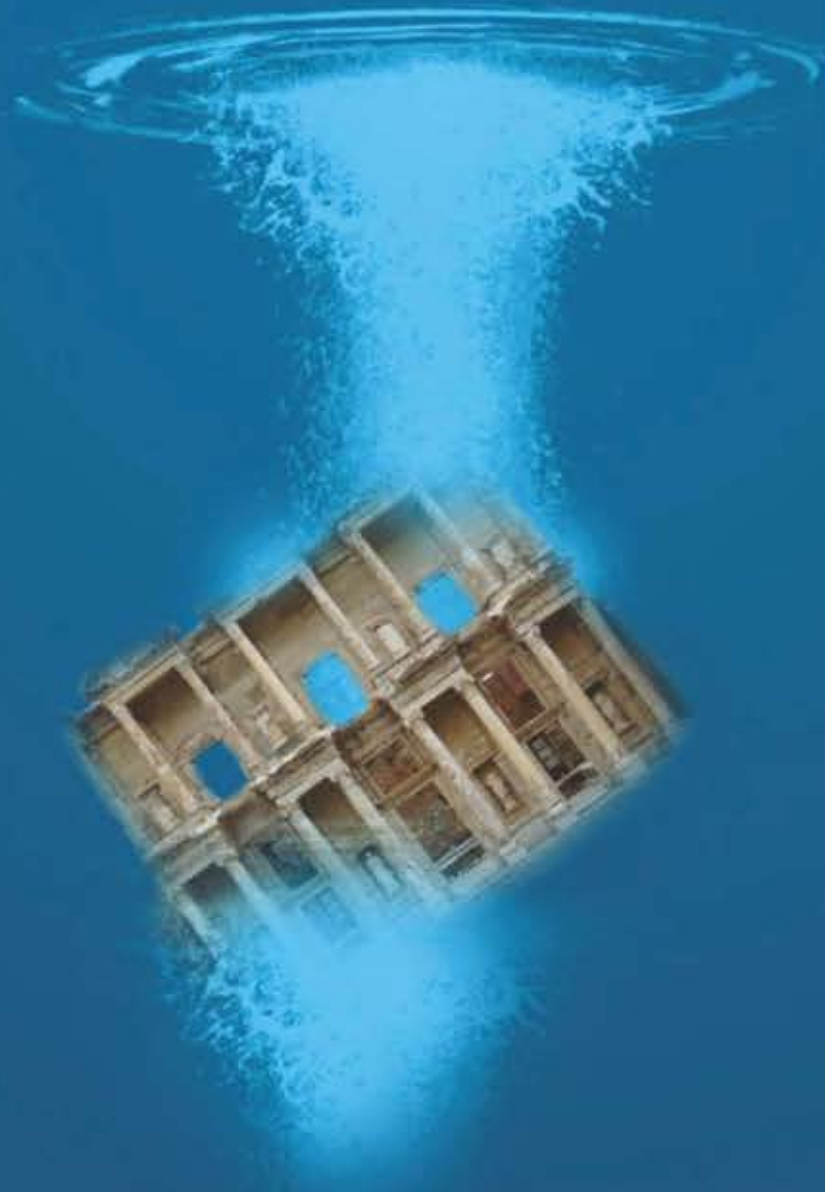
1. Son yıllarda turizm alanında hazırlanan makalelerde yabancı sözcük ve kavramların ilgili dildeki orijinali ile yazma keyfiyeti yaygınlaşmaktadır.
2. Temel konularda bile Türkçe dil, yazım ve anlatım kurallarının hiçe sayıldığına tanık olunmaktadır.
3. Turizm ve dolayısıyla sosyal bilimler alanında 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

Tourism Films Competition



ANATOLIA TOURISM DOCUMENTARY & ADVERTISING FILMS COMPETITION

ANATOLIA TURİZM BELGESEL VE REKLAM FİMLERİ YARISMASI



<http://anatoliajournal.com/tourismfilms>



TURİZMİN NİTELİKLİ TEZLERİ NİSAN'DA, KKTC'DE BELLİ OLUYOR

Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Türkiye'de turizm ve ilişkili olduğu bilim dalı ve alanlarında lisansüstü çalışma yapan öğrencilerin akademik gelişmelerine katkıda bulunmak, aralarındaki iletişim/etkileşimi geliştirmek ve turizmin disiplinlerarası bir yaklaşımla incelenmesinin yaygınlaşmasına destek olmak amacıyla düzenlenmektedir.

9. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nde sunulan lisansüstü tez çalışmaları ile araştırma bildirilerinin ödüllendirilmesi uygulamasına devam edilecektir. Ödüller, çalışmaların sunumu sırasında, her kongrede olduğu üzere, seçici kurullarca yapılacak değerlendirme ile belirlenecektir.

► **Doktora Tezi Ödülü**

(Tamamlanmış doktora tezleri arasından seçilecektir.)

► **Yüksek Lisans Tezi Ödülü**

(Tamamlanmış yüksek lisans tezleri arasından seçilecektir.)

► **Doktora Tezi Teşvik Ödülü**

(Hazırlanmakta olan doktora tezleri arasından seçilecektir.)

► **Yüksek Lisans Tezi Teşvik Ödülü**

(Hazırlanmakta olan yüksek lisans tezleri arasından seçilecektir.)

► **En İyi Araştırma Bildirisi Ödülü**

(Araştırma bildirileri arasından seçilecektir.)

● **Önemli Tarihler:**

Bildiri göndermek için son tarih: **01 Mart 2018**

Kongre programının ilan edilme tarihi: **15 Mart 2018**

Kongre düzenleme tarihi: **5 – 8 Nisan 2018**

● **Kongre Mekanı:**

Doğu Akdeniz Üniversitesi Rauf Raif Denктаş Kültür ve Kongre Sarayı

● **Kongre Katılım ücreti:** 250 TL.

● **Konaklama:**

Kongreye katılacaklara Doğu Akdeniz Üniversitesi öğrenci konaklama birimlerinde uygun ücretle konaklama olanağı sağlanacaktır.

<https://anatoliajournal.com/lisansustu>