

# anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda:

Nostaljinin Derinliklerinde Kaybolup Giden Mekânlar: İzmir'in Deniz Hamamları

Yasin TAŞKIN

Restoranlarda Yalnız Yemek Yiyen Müşterilerin Fiziksel ve Psikolojik Unsur Algılarının

Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisi

Ömer Ceyhun APAK

Konaklama İşletmelerinde Finansal Tablo Kalemlerinin Benford Yasası'na Uygunluğu

Erdinç KARADENİZ - Ömer İSKENDEROĞLU - Nazif AYYILDIZ

Rehberli Turlarda Rehber-Turist Etkileşimi: Bir Katılımcı Gözlem Araştırması

Serpil KESKİN PULLUK - Serhat Adem SOP

İç Turizmdeki Pandemi Etkisinin Kümelenme Analizi Kullanılarak İncelenmesi: Türkiye Örneği

Serhat ZAMAN - Hatice ERDOĞAN - İbrahim EŞİM

Kente Karşı İşlenen Suçlar Bağlamında Grand İsiyas Otel Örneği: Otellerin Güvenliğini Yeniden Düşünmek

Arzu TOKER - Rümeysa UNAT

Örnekleme Yanlılık: Katılımcılar Anketi Anlıyor mu?

Özkan TÜTÜNCÜ

Belgelerle Türk Turizm Tarihi / Turizm Tarihi Araştırmalarında Kaynak Olarak Emniyet-i Umumiye

Müdüriyeti Seyrüsefer Kalemi Evrakı

Ümit Baki ERDEM

Başlangıçtan Günümüze Türklerde Seyahat / Selçuklular Döneminde Anadolu'ya Gelen Dervişler ve

Seyahatleri-Malazgirt Zaferinden Sonra Gelenler-II

İsmail TURAN

Türk Edebiyatında Seyahat / Metro'da Edebiyat-Taşkent Metrosunda Bir Şair: Ali Şir Nevâyî

Tuğçe Nur KESİN

Beyaz Tavşanın İzinde: Alis'in Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Deneyim ve Rehberlik

Özlem GÜZEL

Gastronomi Rehberliği

Hande AKYURT KURNAZ



Cilt: 35 • Sayı: 5 • Bahar 2024 • ISSN: (Çevrimiçi: 2822 - 4647 - Baskı: 1300 - 4220)

## Yazarların Dikkatine...

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

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

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

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

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

Saygıyla duyurulur..

*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*  
Editörlüğü

## Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

### EDİTÖRLER

**Nazmi KOZAK**  
(Sorumlu Yazı İşleri Müdürü)  
Anatolia Turizm Akademisi  
P. K. 109, Yenisehir, Çankaya  
Ankara  
E-posta: nazmi.kozak@gmail.com

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

### ALAN EDİTÖRLERİ

**Serhat Adem SOP**  
Mehmet Akif Üniversitesi  
E-posta: serhatademsop@gmail.com

**Hanım Kader ŞANLIOZ-ÖZGEN**  
Özyeğin Üniversitesi  
E-posta: hksanlioz@gmail.com

**Arzu TOKER**  
Anadolu Üniversitesi  
E-posta: hksanlioz@gmail.com

**Ceren AYDIN**  
E-posta: cerendiktas@gmail.com

### EDİTÖR DANIŞMA KURULU

**Bülent AĞAOĞLU, Bibliyograf**  
Faruk ANDAÇ, Çağ Üniversitesi  
Füsun BAYKAL, Ege Üniversitesi  
Ümmuhan GÖKOVALI, Emekli Öğretim Üyesi  
Suat KARAKÜÇÜK, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi  
Meryem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi  
Meral KORZAY, Emekli Öğretim Üyesi  
Fehmi KÖFTEOĞLU, turizm gazetesi.com

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

### BÖLÜM EDİTÖRLERİ

**Gastronomi İncelemeleri**  
Özge SAMANCI, Özyeğin Üniversitesi  
E-posta: ozge.samanci@ozyegin.edu.tr

**Turizm Tarihi İncelemeleri**  
Murat HANILÇE, Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
E-posta: murat.hanilce@gop.edu.tr

**Farklı Dillerden Lisansüstü Tez İncelemeleri**  
Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Kocaeli Üniversitesi  
E-posta: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

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

**Turist Rehberliği İncelemeleri**  
Canan TANRISEVER, Kastamonu Üniversitesi  
E-posta: ctanrisever@kastamonu.edu.tr

**Etkinlik Notları**  
Çağdaş AYDIN, Kastamonu Üniversitesi  
E-posta: aydincagdas@gmail.com

### SANAL YAYIM EDİTÖRÜ

**Çağdaş AYDIN, Kastamonu Üniversitesi**  
E-posta: aydincagdas@gmail.com



### YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi  
P. K. 109 - 06444, Yenisehir, ANKARA  
<http://www.anatoliajournal.com/atad> • <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad>

### YAYIN POLİTİKASI

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

### Tarımlanan Dizin ve Veri Tabanları

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

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

**Editör Kurulu Üyeleri**

**Mustafa AKAL**  
Sakarya Üniversitesi  
İşletme Fakültesi

**Atilla AKBABA**  
Kâtip Çelebi Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Mehmet AKBIYIK**  
Harran Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu

**Yılmaz AKGÜNDÜZ**  
Dokuz Eylül Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

**Gönül AKIN**  
Beykent Üniversitesi  
Meslek Yüksekokulu

**Gülşah AKKUŞ**  
Kâtip Çelebi Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Zaid ALRAWADIEH**  
Oxford Brookes University  
Hospitality and Tourism Operations

**Emre Ozan AKSÖZ**  
Anadolu Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Eylin AKTAŞ**  
Pamukkale Üniversitesi  
İletişim Fakültesi

**Tahir ALBAYRAK**  
Akdeniz Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**İşıl ALTUN**  
Kocaeli Üniversitesi  
Fen-Edebiyat Fakültesi

**Özlem ALTUNÖZ**  
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Ömür ALYAKUT**  
Kocaeli Üniversitesi  
Kartepe Turizm Meslek Yüksekokulu

**Alper ASLAN**  
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Zeynep ASLAN**  
Adnan Menderes Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Zerrin AŞAN GREENACRE**  
Anadolu Üniversitesi  
Fen Fakültesi

**Levent ATALI**  
Kocaeli Üniversitesi  
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

**Gökhan AYAZLAR**  
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**İpek AYDIN**  
Dokuz Eylül Üniversitesi  
Necat Hepkon Spor Bilimleri Fakültesi

**Aydoğan AYDOĞDU**  
Kastamonu Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Aslıhan AYKAÇ YANARDAĞ**  
Ege Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Ahmet Serdar AYTAÇ**  
Harran Üniversitesi  
Fen Edebiyat Fakültesi

**Ömer AYTAÇ**  
Fırat Üniversitesi  
İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi

**Oya AYTEMİZ SEYMEN**  
Balıkesir Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Fusun BAYKAL**  
Ege Üniversitesi  
Edebiyat Fakültesi

**Çetin BEKTAŞ**  
Erzincan Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Bahar BERBEROĞLU**  
Anadolu Üniversitesi  
Açıköğretim Fakültesi

**Ebru Tekin BILBİL**  
Özyeğin Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi

**Kemal BİRDİR**  
Mersin Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Kurtuluş BOZKURT**  
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Söke İşletme Fakültesi

**Meltem CABER**  
Akdeniz Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Özcan CEYLAN**  
Özyeğin Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi

**Onur ÇAKIR**  
Kırklareli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Tolga Fahir ÇAKMAK**  
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Gürel ÇETİN**  
İstanbul Üniversitesi  
İktisat Fakültesi

**Beykan ÇİZEL**  
Akdeniz Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Ülker ÇOLAKOĞLU**  
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Ömer ÇOBAN**  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Murat ÇUHADAR**  
Süleyman Demirel Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Özgür DAVRAS**  
Süleyman Demirel Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Başak DENİZCI GUILLET**  
Hong Kong Politeknik Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu

**Sebahattin Emre DİLEK**  
Batman Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Evinç DOĞAN**  
Boğaziçi Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

**İsmet DOĞAN**  
Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı

**Ece DOĞANTAN**  
Anadolu Üniversitesi  
Açıköğretim Fakültesi

**Aslı Cansın DOKER**  
Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Maria DOLORES ALVAREZ**  
Boğaziçi Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

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

**Rüya EHTİYAR**  
Akdeniz Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Oktay EMİR**  
Anadolu Üniversitesi  
Açıköğretim Fakültesi

**Mehmet Han ERGÜVEN**  
Kırklareli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Ezgi ERKMEN**  
Boğaziçi Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi

**Hilal ERKUŞ**  
Akdeniz Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Mehmet ERTAŞ**  
Pamukkale Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Savaş EVREN**  
Gümüşhane Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Hatice GÜÇLÜ NERGİZ**  
Kocaeli Üniversitesi  
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

**Esra GÜL YILMAZ**  
Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Fatih GÜNAY**  
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Ebru GÜNEREN ÖZDEMİR**  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN**  
Dokuz Eylül Üniversitesi  
İşletme Fakültesi



**Editör Kurulu Üyeleri**

<b>F. Özlem GÜZEL</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Osman Nuri ÖZDOĞAN</b> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Mustafa TEPECİ</b> Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
<b>Murat HANILÇE</b> Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi	<b>Aslı Emine ÖZEN DE HAAS</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Arzu TOKER</b> Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Cem IŞIK</b> Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Gökçe ÖZDEMİR UMUTLU</b> Yaşar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	<b>Fatma Nur TUĞAL</b> Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi
<b>Kemal KANTARCI</b> Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Emir ÖZEREN</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Muammer TUNA</b> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
<b>Erdinç KARADENİZ</b> Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Öznur ÖZKAN TEKTAŞ</b> Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Zeynep TUNA ULTAV</b> Yaşar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
<b>Kenan KARAGÜL</b> Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu	<b>Asım SALDAMLI</b> Bolu İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Hasan TUTAR</b> Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi
<b>Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN</b> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Özge SAMANCI</b> Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü	<b>Nida TÜREGÜN</b> Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi
<b>Suat KARAKÜÇÜK</b> Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi,	<b>Gökçeçipek SAVAŞIR</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi	<b>Oğuz TÜRKAY</b> Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
<b>Salih KATIRCIOĞLU</b> Doğu Akdeniz Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü	<b>Oya SEYMEN</b> Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Gözde TÜRKARHAN</b> South Florida Üniversitesi
<b>Sayan Şehriban KAYA</b> Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Mehmet SOMUNCU</b> Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi	<b>Özkan TÜRÜNCÜ</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknoloji Yüksekokulu
<b>Sonay KAYGALAK-ÇELEBİ</b> Batman Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Serhat Adem SOP</b> Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	<b>Ahmet UŞAKLI</b> Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
<b>Mustafa KIRCA</b> Ordu Üniversitesi Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Yusuf ŞAHİN</b> Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler	<b>Tülay POLAT ÜZÜMCÜ</b> Kocaeli Üniversitesi Kartepe Turizm Meslek Yüksekokulu
<b>Burçin KIRLAR CAN</b> Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Hanım Kader ŞANLIÖZ ÖZGEN</b> Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	<b>Mehmet İsmail YAĞCI</b> Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Erdoğan KOÇ</b> Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Leyla ŞENTÜRK ÖZER</b> Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Kemal YAKUT</b> Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
<b>Göknül Nur KOÇAK</b> Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Bahar TANER</b> Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Akansel YALÇINKAYA</b> İstanbul Medeniyet Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi
<b>Mehmet Ali KÖSEOĞLU</b> Hong Kong Politeknik Üniversitesi Otel ve Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu	<b>Abdullah TANRISEVDİ</b> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Gökhan YILMAZ</b> Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>O. Avşar KURGUN</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi	<b>Canan TANRISEVER</b> Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Uysal YENİPINAR</b> Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Deniz KÜÇÜKUSTA</b> Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu	<b>Ebru TARCAN İÇİGEN</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Murat YEŞİLTAŞ</b> Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
<b>Mine OYMAN</b> Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Nevin TEKGÜL ŞANLIER</b> Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi	<b>Cem YEŞİLYURT</b> Adıyaman Üniversitesi Turizm Fakültesi

## İÇİNDEKİLER

## HAKEM DENETİMLİ MAKALELER

- 7** Nostaljinin Derinliklerinde Kaybolup Giden Mekânlar: İzmir'in Deniz Hamamları  
*Yasin TAŞKIN*
- 17** Restoranlarda Yalnız Yemek Yiyen Müşterilerin Fiziksel ve Psikolojik Unsur Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisi  
*Ömer Ceyhun APAK*
- 29** Konaklama İşletmelerinde Finansal Tablo Kalemlerinin Benford Yasası'na Uygunluğu  
*Erdiç KARADENİZ - Ömer İSKENDEROĞLU - Nazif AYYILDIZ*
- 42** Rehberli Turlarda Rehber-Turist Etkileşimi: Bir Katılımcı Gözlem Araştırması  
*Serpil KESKİN PULLUK - Serhat Adem SOP*
- 60** İç Turizmdeki Pandemi Etkisinin Kümelenme Analizi Kullanılarak İncelenmesi: Türkiye Örneği  
*Serhat ZAMAN - Hatice ERDOĞAN - İbrahim EŞİM*
- 74** Kente Karşı İşlenen Suçlar Bağlamında Grand İsis Otel Örneği: Otellerin Güvenliğini Yeniden Düşünmek  
*Arzu TOKER - Rümeyza UNAT*

## REKREASYON İNCELEMELERİ

*Özkan TÛTÛNCÛ, Editör*

- 94** Örnekleme Yanlılık: Katılımcılar Anketi Anlıyor mu?  
*Özkan TÛTÛNCÛ*

## TURİZM TARİHİ İNCELEMELERİ

*Murat HANİLÇE, Editör*

- 109** Belgelerle Türk Turizm Tarihi / Turizm Tarihi Araştırmalarında Kaynak Olarak Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti Seyrüsefer Kalemi Evrakı  
*Ümit Baki ERDEM*
- 113** Başlangıçtan Günümüze Türklere Seyahat / Selçuklular Döneminde Anadolu'ya Gelen Dervişler ve Seyahatleri-Malazgirt Zaferinden Sonra Gelenler-II  
*İsmail TURAN*

## İÇİNDEKİLER

### TURİZM TARİHİ İNCELEMELERİ

*Murat HANİLÇE, Editör*

**117**

**Türk Edebiyatında Seyahat / Metro'da Edebiyat-Taşkent Metrosunda Bir Şair:**  
**Ali Şir Nevâyî**

*Tuğçe Nur KESİN*

### TURİST REHBERLİĞİ İNCELEMELERİ

*Canan TANRISEVER, Editör*

**123**

**Beyaz Tavşanın İzinde: Alis'in Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Deneyim ve Rehberlik**

*Özlem GÜZEL*

**129**

**Gastronomi Rehberliği**

*Hande AKYURT KURNAZ*

### FARKLI DİLLERDEN LİSANSÜSTÜ TEZ İNCELEMELERİ

*Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Editör*

**133**

**Farklı Dillerden Lisansüstü Tez İncelemeleri**

*Hatice GÜÇLÜ NERGİZ*

### KİTAP TANITIMI

*Nazmi KOZAK, Editör*

**136**

**Gastronomi Hikayeleri (Yazar: Esranur ÖZDEMİR)**

*Esranur ÖZDEMİR*

### ETKİNLİK NOTLARI

*Çağdaş AYDIN, Editör*

**139**

**Hocaların Hocası Ancak Böyle Anılır, Böyle Anımsatılırdı: Prof. Dr. Hasan Işın DENER Bilim Sempozyumu**

*Mustafa KIRCA*

**141**

**ANATOLIA: TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ MAKALE HAZIRLAMA VE YAYIM BİLGİLERİ**

## Nostaljinin Derinliklerinde Kaybolup Giden Mekânlar: İzmir'in Deniz Hamamları\*

*Places Lost in The Depths of Nostalgia: Sea Baths of Izmir*

Yasin TAŞKIN\*\*

\*\*Bilim Uzmanı, Gümenek Köyü, No: 98, 60000, Tokat, Merkez.

E-posta: yasin.taskin93@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9109-7826

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 24 Kasım 2023

Birinci düzeltme: 3 Ocak 2024

İkinci düzeltme: 8 Ocak 2024

Kabul: 23 Ocak 2024

### Anahtar sözcükler:

İzmir, Deniz, Deniz hamamı, Plaj, Turizm.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 24 November 2023

Resubmitted: 3 January 2024

Resubmitted: 8 January 2024

Accepted: 23 January 2024

### Key words:

İzmir, Sea, Sea baths, Beach, Tourism.

### Makalenin kaynak gösterme şekli:

Taşkın, Y.. (2024). Nostaljinin Derinliklerinde Kaybolup Giden Mekânlar: İzmir'in Deniz Hamamları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35 (1): 7 - 16.

\* Bu çalışma, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tarih Anabilim Dalında, Doç. Dr. Murat Hanılçe danışmanlığında yazılan, "Osmanlı Deniz Hamamları - Türkiye'de Denize Girme Kültürünün Gelişimi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

### ÖZ

İzmir, kurulduğu ilk dönemlerden itibaren denizle iç içe bir kent olmuştur. Tarihsel süreçte idaresi altında tutulduğu devletler nezdinde hem bir liman kenti olarak hem de ticari ve askeri bir üs olarak önemini korumuştur. Kent, tarih boyunca kayda değer bir nüfusa ve canlı bir gündelik hayata ev sahipliği yapmıştır. Bu yüzden kentin zengin kültürü ve renkli sosyal ortamı vardır. Kent, halkın istifade edebileceği ve sosyalleşebileceği mekânlara sahip olmuştur. Bununla birlikte denizle iç içe olması sebebiyle halkın eğlence hayatında denizin önemli bir yeri vardır. Deniz hamamları da halkın gündelik yaşamında yer eden eğlence ve dinlenme mekânlarından biridir. Buradan hareketle bu çalışmada bir dönem kentin gündelik yaşamında özel bir yeri olan deniz hamamlarından bahsedilmiştir. Deniz hamamları, bir dönem İzmirliilerin en fazla rağbet ettikleri sosyal mekânlardan biri olmuştur. Kullanış itibarıyla günümüzdeki plajların öncüsü sayılmaktadır. Bu mekânlar sayesinde halk arasında denize girme alışkanlığı yaygınlaşmış ve günümüzdeki tatil kültürünün ilk nüveleri ortaya çıkmıştır. Çalışmada günümüzde kentte örneği bulunmayan bu mekânların gündelik yaşamda yeri ve önemine değinilmiştir. Zaman dilimi olarak Osmanlı Devleti'nin son dönemleri ile cumhuriyetin ilk yılları işlenmiştir. Çalışmanın teşekkülünde arşiv belgelerinden ve yıllıklardan faydalanılmıştır. Ayrıca kaynak niteliğinde kitap, anı türü eser ve süreli yayınlardan da istifade edilmiştir. Kentle alakalı yıllıklar ve raporlardan deniz hamamları ile ilgili kayıtlar incelenmiş ve çalışmada değerlendirilmiştir. Böylece deniz hamamları üzerinden eski İzmir'in gündelik yaşamından ve sayfiye kültüründen kesitler sunulmaya çalışılmıştır.

### ABSTRACT

İzmir has been a city intertwined with the sea since the first periods of its foundation. Throughout history, it has maintained its importance as a port city and as a commercial and military base for the states under its rule. Throughout history, the city has been home to a significant population and a vibrant daily life. Therefore, the city has a rich culture and colorful social environment. The city has always had places where the people could benefit and socialize. In addition, the sea has an important place in the entertainment life of the people as it is intertwined with the sea. Sea baths are also one of the places of entertainment and recreation in the daily life of the people. From this point of view, this study focuses on the sea baths, which once had a special place in the daily life of the city. Sea baths were once one of the most popular social places for the people of İzmir. They are considered to be the pioneers of today's beaches in terms of usage. Thanks to these places, the habit of swimming in the sea became widespread among the people and the first nuclei of today's holiday culture emerged. In this study, the place and importance of these places, which have no examples in the city today, in daily life are mentioned. As the time period, the last periods of the Ottoman Empire and the first years of the republic are covered. Archival documents and yearbooks were utilized in the formation of the study. In addition, reference books, memoirs and periodicals were also utilized. The records related to the sea baths from the yearbooks and reports related to the city were examined and evaluated in the study. Thus, through the sea baths, it has been tried to present sections of the daily life and countryside culture of old İzmir.

## GİRİŞ

Osmanlı toplumunun denizle ilişkisi son dönemlere kadar hep mesafeli olmuştur. Mahremiyet kuralları halkla deniz arasında keskin sınırlar

çizmiştir. Açıkta denize girmek, denizde yüzmek halk arasında ayıplanmış ve yapanlara hiç hoş yaklaşmamıştır. İllâ denize girilecekse de yerleşim yerlerinden uzak sakin koylar tercih edilmiştir. Ya da kayıklarla iç denize doğru açılarak kayıkların önüne çarşaf gerilip o şekilde denize girilmiştir (Kaya 2017). Buradan hareketle denizi tercih edenlerin daha çok kayıkçı, tulumbacı ve balıkçı taifesinden kimseler olduğunu düşünmek hiç yanlış olmaz (Evren 2000).

Halk deniz suyundan ziyade denizin havasından ve manzarasından istifade etmiştir. Kayıkla mehtap sefaları, boş vakitlerde balık tutmak ve sahil gezintileri yapmak halkın denizle ilişki kurabildiği aktivitelerden bazılarıdır. Sırf deniz havasından biraz daha faydalanabilmek adına deniz kıyılarına muhteşem yalılar inşa edilmiştir (Taşkın 2023). İlginçtir; denize mesafeli olanlar yalnızca Müslüman tebaadan kimseler değildir. Aynı tepkiyi gayrimüslim ahaliden gösterenler de olmuştur. Denize girenlere Müslüman-gayrimüslim fark etmeksizin düşük tabakadan kimseler olarak bakılmıştır (Aytunç 2010). Sıcak yaz günlerinde özellikle yüksek tabakadan kimseler havadar yerlere göç ederlerdi. Buralara halk arasında "sayfiyelik", göç etme âdetine ise "sayfiye" denilirdi. Kıyı kentleri yazları sıcak ve nemli olduğu için buralarda yaşayan halk sayfiyelik yerlere kaçardı. Yaylalar, rakımı yüksek yamaçlar, dere ve çay kenarları tercih edilen yerler arasındaydı (Zat 2005). Bununla birlikte havasının ve suyunun temiz olduğu sahil kıyılarına gidildiği de olurdu (Evliya Çelebi 2002).

Deniz hamamlarının ne zamandan beri var olduğunu tespit etmek güçtür. İsmen yer aldığı şimdilik bilinen en eski kaynak 17. yüzyıla ait *Evliya Çelebi Seyahatnamesi*'dir. Evliya Çelebi, "deniz hamamı" tabirini üç yerde kullanmıştır. Yukarıda bahsi geçen Eyüp sahilini "Deniz Hamamı Mesiresi" olarak tarif etmiştir. Bir de Langa (Evliya Çelebi 2002) ve kaptanlara mahsus deniz hamamlarından bahsetmiştir (Evliya Çelebi 2003). Fakat burada bahsedilen deniz hamamlarının bildiğimiz manada deniz hamamı olduğu şüphelidir. Ancak yine de bu mekânlara denk gelecek yüzmeye alanlarının uzunca bir süre var olduğunu kabul etmek yerinde olacaktır.

Deniz hamamları dört tarafı kapalı, üstü açık, ortasında havuzu bulunan, deniz üzerine kurulan yüzmeye mekânlarıdır. Bu mekânların açıkta denize girmekten imtina eden kimselerin deniz suyundan istifade edebilmesini sağlamak amacıyla ortaya çıktığı düşünülmektedir. Özellikleri itibarıyla ziyaretçilerine mahremiyet ve güneşin yakıcı ışığından korunma imkânı sunmuştur (Taşkın 2023). Nitekim Osmanlı insanı nezdinde makbul olan beyaz tene sahip olmaktı. Günümüzdeki gibi bronzlaşmak tercih edilen bir durum değildi. Teni güneşte yanmış kimseler "tel-lak" ve "çingene" taifelerine benzetilmiştir (Adil 1941).

Deniz hamamları umumi ve hususi olarak iki kısma ayrılmaktadır. Umumi deniz hamamları halka açık, salaş görünümlü mevsimlik yapılarıdır (Beyoğlu 2004). Mayıs sonu veya Haziran başı gibi kurulur ve güz ortasına kadar "deniz hamamı mültezimleri" tarafından işletilirdi. Umumi hamamlar kendi içerisinde kadınlara ve erkeklere mahsus olmak üzere ikiye ayrılırdı. Kadınlara ve erkeklere mahsus deniz hamamlarının birbirinden oldukça uzak mesafelere kurulmasına azami derecede dikkat edilirdi (Alus 2005). Hususi deniz hamamları ise umumi deniz hamamlarının aksine salaş değil zarif yapılarıdır. Genellikle yalıların bitişiğinde ya da rıhtım kenarında bulunurdu. Umumi hamamlar gibi mevsimlik değillerdi. Yalıların önünde zarif kutucuklar şeklinde görünürdü. Halka açık olmamakla birlikte yalnızca yalı sahipleri ve misafirleri tarafından kullanılırdı (Taşkın 2023). Yalı sahipleri keyfi olarak hususi deniz hamamı yaptırılmazlardı. Bunun için yetkili mercilerden izin alınması gerekiyordu. Etüt olarak uygun olmayan yerlere hususi hamam yaptırılmasına izin verilmezdi. Yaptıranlara ise cezai işlem uygulanılırdı (BOA. ŞD. 675/43).

19. yüzyılda deniz hamamları artık gündelik hayatta daha görünür hale gelmiştir. Bu dönemde yayınlanan yerli ve yabancı tıbbi neşriyatlar sayesinde halkın deniz suyuna yönelik olumsuz yaklaşımı kökten değişmiş ve hamamlar halk nezdinde kaplıca olarak görülmeye başlamıştır. Artık yazları sıcaktan bunalan kimseler sıcak su hamamlarına ya da kaplıcalara değil de

“doğal maden suyu” olarak kabul ettikleri deniz hamamlarına rağbet etmeye başlamıştır (Ersöz 1987). Halkın deniz hamamlarına olan rağbetini fark eden idare birçok kıyı kentinde halkın denize girebilmesi için deniz hamamları kurulmasına ön ayak olmuştur. İlk zamanlarda Tersane-i Âmire’ye bağlı işletilen deniz hamamları daha sonra kent idarelerinin sorumluluğuna (Şehremaneti, Belediye) bırakılmıştır. 6 Ekim 1868 yılında yürürlüğe giren “Devair-i Belediye Nizamnamesi” ile birlikte deniz hamamlarının kent idarelerine devri resmileştirilmiştir (BOA. A.}DVN. MKL. 7/6 Madde 4). Tersane-i Âmire’nin idaresi altında tutulduğu dönemde deniz hamamlarının düzeni ile ilgili iki tane nizamname yayınlanmıştır (BOA. A.} MKT.NZD. 363/44; BOA. ŞD. 2392/92). Söz konusu nizamnamelerin yetersiz oluşu nedeniyle Şehremaneti tarafından 24 Mart 1875 tarihinde kapsamlı bir nizamname daha yürürlüğe girmiştir. “16 Safer Nizamnamesi” olarak bilinen bu nizamname ile birlikte İstanbul ve çevresinde halka açık yeni deniz hamamlarının kurulması kararlaştırılmıştır. Ayrıca deniz hamamlarının kurulumu belli bir düzene oturtulmaya çalışılmıştır (BOA. ŞD. 2/12).

Osmanlı’ya bağlı birçok kıyı kentinde deniz hamamları kurulmuştur. Fakat sayıca en fazla deniz hamamının İstanbul’da olduğu bilinmektedir. Bunda kentin nüfusunun kalabalık oluşu önemli bir faktördür. İstanbul’dan sonra en fazla deniz hamamı İzmir ve Selanik’te kurulurdu. Bu çalışmada da 19. yüzyıl ile 20. yüzyıl başlarında eski İzmir’in gündelik yaşamında unutulmaz izler bırakan deniz hamamlarından bahsedilecektir. Deniz hamamlarının kentteki sosyal hayata etkileri ve gündelik yaşamdaki yerine değinilecektir. Ayrıca kentin bu dönemlerdeki sosyolojik ve kültürel durumu da bu mekânlar bağlamında değerlendirilecektir. Böylece İzmir’in kent tarihine yönelik mekânsal bir kurgu üzerinden alanyazın eksikliği tamamlanmaya çalışılacaktır.

## İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Deniz hamamları ile ilgili hem birincil nitelikte hem de ikincil nitelikte çok sayıda kaynak bulunmaktadır. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi’nde deniz hamamları

ile ilgili çok sayıda belge yer almaktadır. Fakat burada yer alan belgelerin çoğunluğu İstanbul’da yer alan deniz hamamları ile alakalıdır. İzmir’deki deniz hamamlarına dair sınırlı sayıda bilgi ve belge bulunmaktadır. Ayrıca “deniz hamamı” konulu Osmanlı dönemine ait çok sayıda eser neşredilmiştir. İlgili eserlerden günümüze ulaşan en eski neşriyat İbrahim Cemal’e (1307) ait *Deniz Hamamı Risalesi* adlı eserdir. Daha sonra Hüseyin Hulki (1310), Adanalı Ahmet Şükrü (1322), dönemin korvet tabiplerinden Beşiktaşlı Selahattin Ali (1334), deniz hamamı konulu eserler neşretmişlerdir. Bununla birlikte Fransız kimyager Henri Deville’in deniz banyoları üzerine yazdığı eseri Yanbolulu Mustafa Şevki (1324) tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Bunun dışında salt deniz hamamları üzerine yapılmış alanyazında çok sayıda çalışma vardır. Sidney Lee’nin (1897) editörlüğünde hazırlanan *Dictionary of National Biography* adlı ansiklopedik sözlük çalışmasında deniz hamamları ile ilgili bir madde bulunmaktadır. Ülkemizde ise konuya akademik düzeyde ilk değinen Reşat Ekrem Koçu olmuştur. Koçu’nun (1966) “Deniz Hamamları” başlığı altında *İstanbul Ansiklopedisi*’nde yayınlanmış bir ansiklopedi maddesi bulunmaktadır. Koçu dışında konu ile alakalı Kamil Şahin (1994) ve Süleyman Beyoğlu’nun (2004) da birer çalışması bulunmaktadır. Ayrıca yine sadece İstanbul’daki deniz hamamlarının ve plajlarının işlendiği Burçak Evren’e ait bir de kitap çalışması bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalar konuyu toplumsal yöne bakan taraflarından ziyade mekânsal bağlamda değerlendirilmiştir. Bunların dışında konunun farklı bağlamlarda değerlendirildiği tez ve makale çalışmaları da mevcuttur. Konunun geniş bir bakış açısıyla ele alındığı ve her yönüyle değerlendirildiği Yasin Taşkın’a (2023) ait *Deniz Hamamları* adında basılmış bir kitap çalışması bulunmaktadır.

Konu ile alakalı yapılmış çalışmaların genel itibarıyla dar bir perspektife sığdırılmış metot ve yöntemlerle yazıldığı görülmektedir. Çalışmalar bir yönüyle yerel çalışma niteliğine sahiptir. Zira başta da belirtildiği üzere çalışmalarda genel itibarıyla yalnızca İstanbul’da bulunan deniz hamamlarının işlendiği dikkate değer bir husustur. Bununla birlikte deniz hamamları ağırlıklı ola-



rak mekânsal nitelikleri ele alınarak incelenmiştir. Gündelik yaşamdaki yerine yeterince değinilmemiştir. Tüm bu eksiklikleri de göz önünde bulundurarak bu çalışmada İzmir'de bulunan deniz hamamları mekânsal ve sosyolojik açıdan değerlendirilecektir. Kentin plaj kültürünün oluşumunda öncül rol oynayan bu mekânların İzmir'in toplumsal kimliği üzerinde bırakmış olduğu izlerin izdüşümü aranacaktır.

## İNCELEME YAKLAŞIMI

Deniz hamamları bir yönüyle plajların öncülü sayılmıştır. Gerçekten de açıkta denize girme alışkanlığının henüz görünür hale gelmediği dönemlerde halk bu mekânlar sayesinde deniz suyundan faydalanma imkânı bulmuştur. Bu mekânları ilginç kılan bir diğer özelliği ise; batılılaşma furçasıyla ortaya çıkan mekânlardan olmamasıdır. Her ne kadar Avrupa'daki sahil kentlerinde aynı isim ve fonksiyonlarla benzerleri bulunsada mimari ve kullanım amacı itibarıyla oldukça farklıdır. Yalnızca Osmanlı toplumuna özgün yapılarıdır (Beyoğlu 2004).

Çalışmada deniz hamamları yalnızca İzmir özelinde değerlendirilmiştir. Fakat İzmir'de kurulan deniz hamamları ile ilgili arşivde yeterince belge bulunmamaktadır. Yine de konunun muhtevası açısından fikir verebilecek az da olsa kayıtlar mevcuttur. Bunlardan çalışmanın kompozisyonuna uygun bir şekilde faydalanılmıştır. Bununla birlikte kentteki deniz hamamları hakkında sayısal veri elde edebilmek için rapor niteliğinde kaynaklara başvurulmuştur. Bu hususta *Aydın Vilayeti 1330 Sene-i Maliyesi Ticaret Rehberi*, *Ticari ve İktisadi İzmir Rehberi 1926* ve Uluslararası Amerikan Koleji Araştırma Komitesi'nin 1921 yılında hazırlanmış olduğu raporlardan faydalanılmıştır. Ayrıca İzmir'in kent tarihine dair yazılmış eserlerden de istifade edilmiştir. Konunun spesifik özelliklere sahip olması nedeniyle toplu bilgilere rastlamak pek mümkün olmamıştır. Bu yüzden kitap, makale, anı türü kaynaklara başvurulmuştur. Özellikle Raif Beyru'nun *19. Yüzyılda İzmir'de Yaşam*, Emel Kayın'ın *İzmir Oteller Tarihi* ve Mevlüt Kaya'nın *1922 İzmir Yangını ve Yapı Bunalımı* adlı eserleri bu hususta yol gösterici olmuştur. Yine anı türü eserlerden olan Şa-

habettin Ege'nin *Eski İzmir'de Anılar* ve içerisinde barındırdığı görsel materyallerle zengin bilgisel kaynak olan Uğur Yeğin'in *Evvel Zaman İçinde İzmir* adlı eserlerinden istifade edilerek çalışmanın içeriğine zenginlik katılmıştır. Bilgiler dağınık olduğu için kaynaklar bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaya ve bu minvalde belli bir kurguya oturtulmaya çalışılmıştır. Kompozisyonun oluşturulması sürecinde kronolojik sıralamadan ziyade bölgesel faktörler esas alınmıştır. Odak noktası kentin muhtelif semtleri olmuştur. Bu yüzden parça bilgiler bir araya getirilerek bölgesel tasnifi yapılmış ve kentin semtlerinde kurulan deniz hamamları belirlenmiştir. Deniz hamamlarının kentte ne zamandan beri var olduğu tespit edilemediği ve günümüzde bu mekânların örnekleri kalmadığı için çalışmayı belli bir zaman aralığına oturtma kaygısı güdülmemiştir. Çalışmanın odak noktası ileriye dönük İzmir'e yönelik yapılacak kent tarihi, turizm tarihi ve sosyal tarih çalışmalarında ön bilgi niteliğinde bir kaynak teşkil etmesi olmuştur.

## BULGULAR

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular taranarak konunun bütünlüğünü sağlayacak şekilde *İzmir'in Muhtelif Yerlerinde Kurulan Deniz Hamamları ve Kentin Sosyo-Kültürel Yapısı Üzerinde Deniz Hamamlarının Rolü* başlıkları altında değerlendirilmiştir. Öncelikli olarak kentin muhtelif yerlerinde kurulmuş deniz hamamları hakkında bilgi verilmiştir. Akabinde kentin kültürel ve sosyal yapısına odaklanılarak deniz hamamlarının İzmir'in sosyo-kültürel yapısı üzerinde bıraktığı tesirlere değinilmiştir. Görsel materyallerden de faydalanılarak çalışma daha zengin hale getirilmeye çalışılmıştır.

### İzmir'in Muhtelif Yerlerinde Kurulan Deniz Hamamları

İzmir'in muhtelif yerlerinde çok sayıda hususi ve umumi deniz hamamları kurulmuştur. Deniz hamamları genellikle Alsancak, Karşıyaka, Mersinli ve Karantina taraflarına inşa ediliyordu. Göztepe, Güzelyalı ve Karataş mevkiilerinde bulunan yalıların önlerinde de çok sayıda hususi deniz hamamı vardı (Taşkın 2023). Ayrıca İzmir'e ya-

kın mesafede bulunan Bergama ve Çeşme’de iki, Kuşadası’nda da bir adet deniz hamamı bulunuyordu (Serçe 1998). Bazı otellerin ve sahil restoranlarının deniz banyoları vardı. Buralara gelen müşteriler söz konusu deniz banyolarından ücreti mukabilinde faydalanırlardı (Kayın 2000; Cemal Nadir 2002).

Kentteki deniz hamamlarının sayısını tam olarak tespit etmek güçtür. Fakat Hüseyin Rıfat (1914) tarafından hazırlanan *Aydın Vilayeti 1330 Sene-i Maliyesi Ticaret Rehberi*’nde kentte 1914 yılında 17 adet deniz hamamı olduğu bilgisi yer almaktadır. Birinci Dünya Savaşı sonrasında bu hamamlardan bir kısmı işletilmemiş olacak ki; deniz hamamlarının sayısı 1918 ve 1920 yıllarında 12’ye düşmüştür. Bir sonraki yıl sayı daha da düşerek 10 adet deniz hamamının kaydı tutulmuştur (Serçe 1998). Bunda Millî Mücadele dönemi ve işgal şartlarının tesiri olduğu muhakkaktır. Uluslararası Amerikan Koleji Araştırma Komitesi’nin 1921 yılında hazırlanmış olduğu raporlara göre ise aynı tarihte kentte 11 adet deniz hamamı bulunmaktadır (Uluslararası Amerikan Koleji Araştırma Komitesi 2000). 1918 yılına ait kayıtlarda yer alan deniz hamamlarının altısını Müslüman, dördünü Rum ve iki tanesini ise Levantenler işletmiştir. Ayrıca deniz hamamlarında dördü çocuk olmak üzere 24 kişi istihdam edilmiştir (Serçe 1998). 1921 yılına ait kayıtlarda yer alan deniz hamamlarından biri ise hayır amaçlı kurulmuştur (Uluslararası Amerikan Koleji Araştırma Komitesi 2000). 1922 yılında yaşanan büyük yangından sonra birçok deniz hamamı zarar görmüştür. Yangın sonrası İzmir genelinde başlatılacak bakım ve onarım çalışmaları için bütçe hazırlanmış ve deniz hamamlarının tamiri için 50.000 lira ayrılmıştır (Kaya 2013).

İzmir’in en bilindik deniz hamamları Alsancak’ta bulunuyordu. 1916 yılına ait bir arşiv kaydına göre; Alsancak Limanı ve çevresindeki deniz hamamları belli bir ücret karşılığında belediyeye bırakılmıştır. Aynı belgeden burada bulunan deniz hamamlarının 1916’ya kadar Liman İdaresi tarafından işletildiği anlaşılmaktadır (BOA. BEO. 4494/336982). Bununla birlikte buradaki hamamlar sıhhi açıdan pek temiz değillerdi. Sebebi ise şehrin atık sularının hamamlara yakın

bölgelere tahliye ediliyor olmasıydı. Rüzgâr şehre doğru estiği zaman deniz suyu bulanık hale geliyor ve hatta çöplerin bir kısmı deniz hamamlarının havuzlarına karışabiliyordu. Tüm bu olumsuzlara karşın İzmir’in en donanımlı deniz hamamları Alsancak ve civarında kurulurdu. Nitekim buradaki hamamların oda sayısı oldukça fazlaydı. Havuzları sığ ve geniş olduğu için yüzmeye bilen-bilmeyen herkes buradaki hamamlara gelebiliyordu. Deniz hamamlarına ulaşım oldukça rahattı. Hamamların bulunduğu mıntıkaya gece yarısına kadar tramvay seferleri devam ediyordu (Uluslararası Amerikan Koleji Araştırma Komitesi 2000). Buradaki deniz hamamlarının önemli bir kısmını Rumlar işletiyordu. Hamamlara gelenler de çoğunlukla semtin Rum ahalisi olmuştur. Bunun dışında diğer kesimlerden de buradaki deniz hamamlarını kullananlar olmuştur (Bulut 2010).

Alsancak’tan sonra kentin en bilindik deniz hamamları Karşıyaka’da kurulurdu. Sahili ve deniz suyunun temiz olması nedeniyle Alsancak’taki deniz hamamlarına gitmek istemeyenler Karşıyaka’dakileri tercih ederdi. Karşıyaka’daki deniz hamamlarını diğerlerinden ayıran en belirgin özelliği haftada yalnızca iki gün açık tutulmalarıydı. Hamamların kapalı olduğu günlerde ise halk hamam iskelelerinde vakit geçirir ve balık tutarlardı (Yeğin 2009).

Karşıyaka’da kamuya ait deniz hamamları da bulunuyordu. Bunlardan birisi de İzmir Sanayi Mektebi’ne ait deniz hamamıydı. Söz konusu deniz hamamı okulun tam karşısında rıhtımın yanında bulunuyordu. Buraya okul talebeleri dışında yerli halktan da gelenler olurdu. Ayakaltı bir mevkide olduğu için müşterisi bol bir hamamdı. Bu yüzden gelir sağlamak için her yıl mektep idaresi tarafından kiraya veriliyordu (Koyuncu 1997).

Kentte faaliyet gösteren şirketlere ait deniz hamamları da mevcuttu. Bunlardan birisi de Mersinli Darağacı bölgesinde bulunan Kasaba Demiryolu Şirketi’ne ait deniz hamamıydı. Şirket, bu hamama özel bilet tarifesi uygulamıştı. Deniz hamamına girmek için büyükler 25 kuruşluk, küçükler ise 20 kuruşluk bilet alırlardı. Şirket ayrıca müşterileri için özel tramvay tarifeleri uyguları.



Buna göre büyükler 50 kuruşluk, küçükler ise 30 kuruşluk bilet alırlardı. Bu sayede hem ulaşım hem de hamamın imkânlarından faydalanırlardı. Bu hamam bir süre faaliyet göstermiştir. Fakat 31 Temmuz 1905 tarihinde aniden çökmüştür. Bu sırada iki kadın ve bir çocuk ölmüş ve çok sayıda kişi yaralanmıştır (Beyru 2000).

Aynı mevkide başka bir şirkete ait Aya Triada adında bir deniz hamamı daha vardı. 1897 yazında bu hamam yenilenmiş ve içerisine yeni soyunma kabinleri ve dinlenme salonları yapılmıştır. Bu sayede hamam sahipleri müşterilerin ilgisini çekmeye çalışmıştır. Deniz hamamının bulunduğu mevkiinin havasının temiz olması nedeniyle halkın rağbet ettiği bir yer olmuştur. Burayı genellikle İzmir'in seçkin tabakasından kimseler ziyaret etmiştir (Beyru 2000).

Başta da belirtildiği gibi hususi deniz hamamları en çok Göztepe ve Karataş sahillerinde bulunuyordu. Asansör ve Güzelyalı sahillerinde de çok sayıda deniz hamamı mevcuttu. Bu hamamların birçoğuna iskele vasıtasıyla geçilirdi. Göztepe ve Karataş'taki yalıların hemen hemen hepsinin hususi deniz hamamı vardı. Yalı sahipleri bu hamamları kendileri ve misafirleri için kullanırlardı (Taşkın 2023).

İzmir'in tanınmış Levanten ailelerinden olan ve Karşıyaka'da yaşayan Aliottilerin konağına ait deniz hamamı oldukça meşhurdur. Bunun dışında deniz banyosu olduğu bilinen bazı yalıların isimleri şunlardır: Şamlı Yalısı ya da diğer adıyla Hulusi Nalbantgil Yalısı, Kasabalı Nuri Bey Yalısı, Ragıp Şamlı Yalısı, Kardıçalı İbrahim Bey'in damadı Nazif Öktem Yalısı, Yemişçi Yalısı ya da diğer adıyla Keresteci Sabri Bey Yalısı, Nişli Yalısı ve Vali Konağı... Vali Konağı ve Nişli Yalısı dışındaki diğer yalılar Göztepe'de bulunuyordu. Vali Konağı ise Sadıkbey ile Göztepe arasında kalan bir güzergâhta yer alıyordu. Vali Konağı'nın önünde bulunan hususi deniz hamamı diğer yalılarınkinden biraz farklıydı. Küçük bir vapur iskelesini andıran bu hamamın her tarafı açıktı. Yalnızca direklerin üzerine kurulu bir çatısı vardı. Rahatlıkla 20-30 kişinin faydalanabileceği bir büyüklükteydi. Konağın önünden geçenlerin denize girip girmediğini rahatlıkla fark edebilirlerdi. Nişli Yalısı ise Karantina'da yer alıyordu.

Bu yalının deniz hamamına bahçesinden girilirdi. Ayrıca yalı sahipleri için hamamın yanında bir de kayıkhanesi bulunuyordu (Taşkın 2023).

Apartman mimarisinin kentte görünür hâle gelmesiyle birlikte apartmanlara özel deniz banyoları da ortaya çıkmıştır. Bu tarz banyolar daha çok Karantina'da bulunuyordu. En tanınmış olanları ise Üç Deniz Banyosu ya da halk arasındaki adıyla Aydınlıların Banyosu ve Binnaz Apartmanı'nın deniz banyosuydu. Bunların dışında bir de Sapsızların Banyosu olarak bilinen bir hususi deniz hamamı daha vardı. Karantina'daki gençler bu deniz banyolarından bolca istifade etmişlerdir. Özellikle Binnaz Apartmanı'nın deniz banyosu farklı aktivitelerin gerçekleştirildiği nadir yerlerdendi. Burada bayrak yarışları, atlama gösterileri ve çeşitli oyunlar oynanırdı. Bu deniz banyoları cumhuriyet sonrası dönemde açıkta denize girme ve plaj kültürünün etkisi altında olan mekânlardı. Bu yüzden işlevsel anlamda diğer hususi hamamlardan oldukça farklıydılar. Dört tarafı kapalı mekânlar olmaktan ziyade etrafı açık iskele görünümünde yapılarıydı. Klasik hususi deniz hamamlarının aksine dışarıdan kimseler bu banyolardan istifade edebilirlerdi. Söz konusu deniz banyoları 1960'lara kadar varlıklarını sürdürmüştür (Taşkın 2023).

### Kentin Sosyo-Kültürel Yapısı Üzerinde Deniz Hamamlarının Rolü

İzmir, Osmanlı döneminde oldukça renkli bir sosyo-kültürel yapıya sahipti. Kentte ağırlıklı olarak gayrimüslim nüfus ikamet etmekteydi. Osmanlı millet sisteminde "cemaat" olarak adlandırılan inanç gruplarının her birisinin kendilerine ait mahalleleri vardı. Bu mahalleler genellikle ibadethane çevresinde şekillenmiştir (Çetintahra ve Ünverdi 2018). Evliya Çelebi, seyahatnamesinde kentte *10 Müslüman, 10 kefer mahallesi, Frenk ve Yahudi mahallesi, 2 Ermeni mahallesi ve bir Kıptî mahallesi* olduğunu belirtmiştir (Evliya Çelebi 2003). Kentin en canlı meskeni Frenk Mahallesi ve liman bölgesidir. 18. yüzyılda kenti ziyaret eden İngiliz gezgin Chandler, buralarda bolca servi ağaçlarının bulunduğu ve daracık sokakları ve evlerin birbirine bitişik halde yapıldığından bahsetmiştir. Ona göre; evlerin birçoğu

dayanıksız ve bakımsız durumdadır (Zorlusoy 2013). Chandler'ın vermiş olduğu bilgilerin doğru olma ihtimali yüksektir. Zira kent sık sık yangın ve deprem felaketlerine maruz kalmıştı. Deprem ve yangınlar esnasında yok olan evlerin yerine birbirine bitişik binalar inşa edilmiştir (Gök 2019).

Kent verimli topraklara sahiptir. Limanı olması nedeniyle de ticari hinterlandı oldukça geniştir. Halkın levazımat ve tedarik sorunu yok denecek kadar az olmuştur. Kozmopolit bir yapıya sahip olduğu için de kültürel yaşam tüm canlılığıyla devam etmiştir. Kriz dönemlerinde her ne kadar kısmi gerilemelere maruz kalsa da kısa sürede kendini toparlamayı başarabilmiştir. Bunda yukarıda bahsi geçen etkenlerin rolü büyüktür (Özkaya 2010).

Kentin Türk nüfusu genellikle iç kesimlerde kümelenmiştir. Aynı durum Yahudi ve Ermeni nüfus için de geçerlidir. 19. yüzyıla gelindiğinde sahil şeridinde daha çok Rum ve Levanten nüfus yaşıyordu. Kentte sosyal yaşam Frenk Mahallesi ve etrafında sürdürülüyordu. Özellikle Levantenlerin sayıca artmasıyla birlikte bu muhit daha da canlılık kazanmıştır. Buna karşılık Türk ve Yahudi mahalleleri gelişimini sürdürmekten yoksun kalmıştır (Alpaslan 2012). Kentin Rum ve Levanten unsurları ticari faaliyetlere tam anlamıyla hâkim olmuş ve pazarın kendi muhitlerinde toplanmasını başarmışlardır (Yıldız 2012). 19. yüzyılın ortalarından itibaren Rum ve Levanten nüfusun elinde bulunan Frenk Mahallesi ticaretin en yoğun yapıldığı bir ekonomik yaşam merkezi haline dönüşmüştür. Kordon ve liman bölgesi kafeteryaların, mağazaların, otellerin, kulüplerin, şirketlerin bir arada bulunduğu canlı bir çekim noktası olmuştur. Konsolosluklar genellikle bu bölgelerde bulunmuştur. 20. yüzyılın başına gelindiğinde kentte gayrimüslim nüfusun etkinliği zirveye çıkmış ve halk tabakasında Rumca ile Fransızca yaygın konuşma dilleri haline gelmiştir. Kentte doğu kültürü neredeyse yok olmuş ve batılı tarzda yaşam biçimi ve eğlence alışkanlıkları halkta daha çok tesir etmeye başlamıştır (Çetintahra ve Ünverdi 2018). Bu açıdan denize girme alışkanlığının değişen yaşam biçimine paralel olarak halk arasında yaygınlaştığı

düşünülmektedir. Buradan hareketle deniz hamamlarının da bu alışkanlıklara bağlı olarak halk tarafından ilgi gördüğü ve daha görünür hale geldiği söylenebilir.

İzmir'de denize girme alışkanlığının ne zamandan beri var olduğunu tespit etmek güçtür. Sahil kenti olması nedeniyle yaygın olmasa da uzunca bir müddet deniz suyundan istifade edildiği düşünülebilir. Osmanlı kentleri içerisinde dış dünyayla teması güçlü olan kentler arasında yer alan İzmir'de gündelik yaşam diğer kozmopolit kentlerle paralel bir gelişim ve değişim süreci geçirmiştir. Özellikle Levanten topluluklar, kente yerleştikten sonra kendi yaşam tarzlarını ve alışkanlıklarını da beraberlerinde getirmiştir. Oldukça modern ve gelişmiş bir topluluk izlenimi uyandıran ve halk arasında *frenk* olarak adlandırılan bu insanlar yerli halkın tüketim ve eğlence alışkanlıklarını değişime uğratarak yeni bir kent kimliğinin oluşmasını sağlamışlardır. Kentte deniz kültürünün ve denize girme alışkanlığının bu topluluklar vasıtasıyla yerli halkta yaygınlık kazanmış olması ihtimal dâhilindedir (Taşkın 2023). Nitekim kentin Müslüman nüfusunun hem mahremiyet gereği hem de deniz suyunu necis görmeleri nedeniyle denize girmekten imtina ettikleri bilinen bir gerçektir. Bu tavrın yalnızca İzmir'e mahsus olmayıp diğer kıyı kentlerin Müslüman ahalisinde de var olduğu gözlemlenmektedir (Taşkın 2023). Deniz hamamlarının sayısının artmasıyla birlikte zaman içerisinde Müslüman ahali denizle daha sık temas etmeye başlamıştır. Mahremiyet imkânı sağlayan bu mekânlarla birlikte zamanla halkın alışkanlık haline getirdiği sıcak hamam ve kaplıca kültürüne bir yenisi daha eklenmiştir (Beyru 2000).

İzmir'de hem halka açık hem de hususi deniz hamamları vardı. Kullanım özellikleri itibariyle İstanbul'daki deniz hamamlarından pek farklı değildiler. Umumi deniz hamamları tıpkı İstanbul'dakiler gibi mevsimlik kurulurdu. Her yılın haziran ayı başlarında kurulan umumi hamamlar ekim ayının sonlarına kadar işletilirdi. Genellikle sabahları erkekler, öğleden sonra ise kadınlar kullanırdı. Bazı hamamlar ise kadınlara ve erkeklere mahsus olurdu. Sadece İstanbul'daki deniz hamamlarından farklı olarak denize açıl-

mak isteyenler için hamamların dış bölmelerinde merdiven bulunurdu (Taşkın 2023). Hususi deniz hamamları da keza öyledir. Levanten aileler deniz kıyısında bulunan yalı ve köşklerinin önlerine kendileri için hususi deniz hamamı yaptırmışlardır. Hususi hamamların bir kısmı yalılarla bitişik; bir kısmı da iskele vasıtasıyla deniz açıklarına kurulmuştur. Hususi hamamlar halk nezdinde o kadar çok ilgi görmüş olacak ki; 1950'li yıllara kadar varlıklarını sürdürmüştür. Hatta apartman kültürünün yaygınlaşmasıyla birlikte apartmanlara mahsus deniz hamamları yapılmaya başlamıştır (Taşkın 2023). Ege (2002) İzmir'deki deniz hamamlarını şöyle tarif etmiştir:

Banyo binası ağaç kazıklar üzerinde yapılmıştı. Erkekler ve kadınlara ait olmak üzere iki bölmeli idi. Deniz yüzeyinden bir metre kadar derinlikte ağaç döşemesi ve deniz üzerinde de oturmak için taraçaları vardı. Banyoya gelenler ya denize girerler ya da taraçada oturarak girerler seyrederlerdi.

Kentte ilk umumi deniz hamamlarının ne zaman kurulduğu bilinmemektedir. Kentte kurulan deniz hamamları ile ilgili en eski kayıt 1852 yılına aittir. Söz konusu kayda göre; 1829 yılında İzmir Gurebâ-ı Müslimin Hastanesi'ne gelir sağlamak amacıyla Hariciye Kâtibi Emin Efendi tarafından deniz hamamları kurulmuştur (BOA. MVL. 255/20). Uzunca bir süre işletilen bu deniz hamamları Miralay Hacı Reşid Paşa tarafından usulsüz bir şekilde yıkılmıştır (BOA. A.)MKT. 127/44). Bu bilgilerden hareketle 19. yüzyılın başlarında özellikle Konak ve çevresinde çok sayıda deniz hamamının bulunduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca gelir amaçlı kurulan bu deniz hamamlarının halk tarafından rağbet gördüğü de dikkate değer başka bir husustur.

Deniz hamamlarının yaygınlaşmasıyla birlikte kentte halkı bilinçlendirmek adına deniz banyosunun usullerine yönelik çok sayıda neşriyat yapılmıştır. Hatta konu ile ilgili yabancı yazarların eserleri Türkçeye çevrilmiştir. Örneğin; Sorbonne Üniversitesi'nde profesörlük yapan ve aynı zamanda da kimyager olan Henry Etienne Sainte-Claire Deville tarafından Fransızca olarak deniz banyosu ve deniz suyunun kimyevi özelliklerini anlattığı eseri bir dönem İzmir Dördüncü Re-

dif Alayı'nda mülâzım-ı evvel (üsteğmen) olarak görev yapan Yanbolulu Mustafa Şevki tarafından Türkçeye çevrilmiştir (BOA. MF.MKT. 1057/22). Eserin tercümesi Deniz Banyoları adıyla İzmir'de bulunan Keşişyan Matbaası'nda basılmıştır (Şevki 1324). Ayrıca dönemin gazete mecmualarında da bu hususta yazıların ve uyarıların neşredildiği bilinen bir husustur (Arıkan 2003). Söz konusu yazılardan en bilinenleri dönemin ünlü hekimlerinden Andriyadis Efendi ile dönemin Rüsumat Emaneti Kayıt Odası Ketebesi'nden İsmail Bey'in yazılarıdır. Andriyadis Efendi'nin yazısı Mürüvvet Mecmuası'nda yayınlanmıştır (Yetkin 1989). İsmail Bey ise Andriyadis Efendi'ye cevaben Tarik Mecmuası'nda yazı yazmıştır (Tarik 14 Temmuz 1889). Okuma-yazma bilen kişiler bu mecmualardan oldukça yararlanmışlardır. Dönemin gazetelerinde deniz banyosunun usulüne yönelik yazılar yazılmış ve bu hususta bilgi sahibi olan kişiler konuyu enine boyuna tartışmışlardır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İzmir, bir sahil şehri olması nedeniyle tarih boyunca deniz kültürü ile iç içe bir kent olmuştur. Liman sayesinde ticari açıdan gelişmeye açık bir kent olarak varlığını sürdürmüştür. 19. yüzyılda kentin kimliğini doğrudan etkileyenler Levanten unsurlar olmuştur. Levantenler sayesinde tüketim ve eğlence alışkanlıklarında bariz değişimler gözlemlenmiştir. Batılı yaşam tarzı özellikle kentin gayrimüslim ahalisi tarafından benimsenmiştir. Zamanla bu etki alanına Müslüman ahali de girmiştir.

Denizle iç içe olan bir kentte denize girme alışkanlığının olmaması elbette düşünülemez. Fakat deniz suyuna yönelik olumsuz yaklaşım halkın genelinde tesirini göstermiştir. Bununla birlikte 18. yüzyılın sonlarından itibaren deniz suyunun faydalarına yönelik yayınlanmış çalışmalar "necaset" algısını bir nebze azaltmıştır. Halkın esas çekincesi mahremiyet sorunu olmuştur. Nitekim bu çekince deniz hamamları sayesinde zamanla ortadan kalkmıştır.

Deniz hamamlarının kentin gündelik yaşamında uzunca bir müddet var olduğu anlaşılmaktadır. Bu mekânlar kentin yerli nüfusunun denizle

daha kolay temas etmesini sağlamıştır. Dahası yeni eğlence alışkanlıklarını da beraberinde getirmiştir. Yazları kentin yerlisi olmayıp kentte kalmak zorunda kalan memur ve çalışan kesim için serinleme ve dinlenme imkânı sunmuştur. Otel ve tesislerde modern deniz banyoları ve açıkta yüzme alanları açılmıştır. Her sahil kentinde olduğu gibi deniz hamamları İzmir’de plajların ortaya çıkmasına ve yaygınlaşmasına ön ayak olmuşlardır. Bir zamanlar mahremiyet anlayışına sıkı sıkıya bağlı kalmaya çalışan muhafazakâr toplumun fertleri zamanla bu mekânların tahta perdelerini kırıp açıkta denizde yüzmeye başladılar. Böylece İzmirli ve diğer sahil kentlerinin yerli halkı günümüzdeki tatil anlayışının ilk nüveleriyle bu mekânlar sayesinde tanışmış oldu. 1970'lere kadar kısmen de olsa varlıklarını devam ettiren umumi ve hususi deniz hamamları, bu tarihlerden sonra ortadan kaybolmuştur. Günümüzde kentte bu mekânların herhangi bir örneği kalmamıştır. Bu mekânlara şahitlik edenler ise günümüzdeki halk plajlarına bakarak hatırasını yâd etmeye çalışmaktadırlar.

Çalışmada başta da belirtildiği üzere belli bir zaman aralığına oturtma kaygısı güdülmemiştir. Bunun nedeni ilgili mekânların ne zamandan beri kentte var olduğunun tespit edilememesidir. Çalışma, İzmir’in kent ve kent içi mekân tarihi ile alakalı yapılacak araştırmalarda kaynak niteliği taşımaktadır. Deniz hamamları plajların öncülü sayıldığı için İzmir özelinde yapılacak turizm tarihi çalışmalarında da yol gösterici olabilir. Nitekim çalışma günümüzdeki modern dinlence anlayışının temel faktörlerinden olan plaj kültürünün kentteki gelişimine dair fikir verebilecek niteliğe sahiptir.

## KAYNAKÇA

- Adanalı Ahmet Şükrü. (1322). *Deniz Hamamları (Envâi, Menâfii)*, *Denize Kimler Girmelidir?* İstanbul: Matbaa-i Kütüphane-i Cihan.
- Adil, F. (1941). Deniz Hamamından Plaja, *Tan*, (9 Ağustos 1941).
- Alpaslan, H. (2012). Osmanlı Dönemi İzmir’inde Milletlerin Sosyo-Ekonomik Konumlarındaki Değişimlerin Yerleşim Dokusuna Etkileri, *Ege Coğrafya*, 21 (2): 25-35.
- Alus, Sermet M. (2005). *30 Sene Evvel İstanbul*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arıkan, Z. (2003). *İzmir Basımından Seçmeler*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı.
- Aytunç, C. (2010). *Suadiye*. İstanbul: Heyamola Yayınları.
- Beşiktaşlı Selahattin Ali. (1334). *Hamamlar, Deniz Hamamları ve Denizde Banyo, Banyoların Tesirat-ı Şifaiyyesi ve İstihmamamam Suret-i İcrasındaki Şerait-i Sıhhiye*. İstanbul: Ay-yıldız Matbaası.
- Beyoğlu, S. (2004). Osmanlı Deniz Hamamları, *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 5: 53-73.
- Beyru, R. (2000). *19. Yüzyılda İzmir’de Yaşam*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- BOA. Bâb-ı Âli Evrak Odası (BEO). 4494/336982.
- BOA. Maârif Nezareti Mektûbi Kalemi (MF.MKT.) 1057/22.
- BOA. Meclis-i Vâla (MVL) 255/20.
- BOA. Sadâret Mektûbi Kalemi Umûm Vilâyat Evrâkı (A.) MKT.) 127/44.
- BOA. Sadâret Mukâvelenâmeler (A.)DVN.MKL.) 7/6 Madde 4.
- BOA. Sadâret Nezâret ve Devâir Evrâkı (A.) MKT.NZD.) 363/44.
- BOA. Şûra-ı Devlet (ŞD.) 2/12, 2392/92, 675/43.
- Bulut, F. (2010). I. Dünya Savaşı Yıllarında İzmir’de Eğlence Kültürü ve Toplumsal Yaşama Etkileri. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Cemal Nadir. (2002). *Ticari ve İktisadi İzmir Rehberi 1926*. (Hzl. Sabri Yetkin). İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı.
- Çetintahra, G. vd. (2018). Osmanlı’dan Günümüze İzmir Mahallelerinin Sosyo-Ekonomik Yapısının Mekâna Yansımaları, *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1): 39-55.
- Deville, H. (1324). *Deniz Banyoları*. (Çev. Yanbolulu Mustafa Şevki). İzmir: Keleşyan Matbaası.
- Ege, Ş. (2002). *Eski İzmir’den Anılar*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Ersöz, C. (1987). Osmanlı Erkeğine Has Bir Serüven Yeri: İstanbul’un Deniz Hamamları, *Cumhuriyet*, (30 Ağustos 1987).
- Evliya Çelebi. (2002). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi*. (Hzl. Orhan Şaik Gökyay). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Evliya Çelebi. (2003). *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi*: İstanbul. (Hzl. Seyit Ali Kahraman-Yücel Dağlı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Evliya Çelebi. (2003). *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi: Kütahya, Manisa, İzmir, Antalya, Karaman, Adana, Halep, Şam, Kudüs, Mekke, Medine*. (Hzl. Seyit Ali Kahraman-Yücel Dağlı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Evren, B. (2000). *İstanbul’un Deniz Hamamları ve Plajları*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Gök, S. “Smyrna/İzmir Agorası’nda Osmanlı Döneminin Günlük Yaşamından İzler”, *İzmir Akdeniz Akademisi*, 6 (Kış 2019): 98-102.
- Hüseyin Hulki. (1310). *Deniz Hamamları (Kimler Girebilir)*. İstanbul: Mahmud Beğ Matbaası.



- Hüseyin Rifat. (1914). *Aydın Vilayeti 1330 Sene-i Maliyesi Ticaret Rehberi*. İzmir: Akademi Kitabevi.
- İbrahim Cemal. (1307). *Deniz Hamamı Risalesi*. İstanbul: Kasbar Matbaası.
- Kaya, M. (2013). *1922 İzmir Yangını ve Yapı Bunalımı*. İstanbul: Bilge Karınca Yayınları.
- Kaya, Ö. (2017). İstanbul'un Deniz Hamamları, *Z*, 2: 300-305.
- Kayın, E. (2000). *İzmir Oteller Tarihi*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı.
- Lee, S. (1897). *Dictionary of National Biography*. Londra.
- Özkaya, Y. (2010). *18. Yüzyılda Osmanlı Toplumı*. İstanbul: Yayı Kredi Yayınları.
- Rüşumat Emaneti Kayıt Odası Ketebesi'nden İsmail Bey. (1889). Denize Girmek Yararsız mı?, *Tarik* (14 Temmuz 1889).
- Şahin, K. (1994). Deniz Hamamları, *Vakıflar*, 23: 243-254.
- Taşkın, Y. (2023). *Deniz Hamamları*. İstanbul: Libra Yayıncılık.
- Uluslararası Amerikan Koleji Araştırma Komitesi. (2000). *İzmir'deki Bazı Sosyal Koşullar Hakkında Bir Araştırma: İzmir 1921*. (Çev. Aykan Candemir). İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı.
- Yakın, Gülnaz K. (1997). *İzmir Sanayi Mektebi (Mithatpaşa Endüstri Meslek Lisesi) 1868-1923*. İzmir: İzmir Valiliği.
- Yeğın, U. (2009). *Evvel Zaman İçinde İzmir*. İstanbul: D Yayınevi.
- Yetkin, M. (1989). Osmanlı Basınında Yüz Yıl Önce Bu Ay, *Tarih ve Toplum*, 67: 3-5.
- Yıldız, M. (2012). İzmir Levantenleri Üzerine Bir İnceleme, *Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 4 (13): 36-54.
- Zat, V. (2005). *Eski İstanbul Otelleri*. İstanbul: Bilge Karınca Yayınevi.
- Zorlusoy, H. (2013). *Fransız Gezginlerin Gözüyle İzmir (XVII. Yüzyıldan Günümüze)*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı.

## EKLER



Görsel 1. Karşıyaka'daki Deniz Hamamları-1905.

Kaynak: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı, Envanter Numarası. Krt\_011314.



Görsel 2. Aliotti Ailesine Ait Hususi Deniz Hamamı

Kaynak: Leyla Neyzi, "Aliotti Biraderler", Albüm, S. 5, (5 Haziran 1998).



Yasin TAŞKIN

Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nden Tarih bölümünden mezun oldu (2017). Yüksek lisans derecesini Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nden Tarih Anabilim Dalı'ndan (2021) aldı. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Tarih Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam etmektedir. Temel çalışma alanları; yakınçağ tarihi, sosyal tarih ve siyasi tarihtir.

## Restoranlarda Yalnız Yemek Yiyen Müşterilerin Fiziksel ve Psikolojik Unsur Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisi

*The Effect of Perceptions of Physical and Psychological Elements on Behavioral Intentions of Customers Solo Dining in Restaurants*

Ömer Ceyhun APAK\*

\*Öğr. Gör. Dr., Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, 69000, Bayburt.  
E-posta: ceyhun.apak@hotmail.com  
ORCID: 0000-0002-1409-6707

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 27 Aralık 2023  
Birinci düzeltme: 28 Şubat 2024  
İkinci düzeltme: 15 Mart 2024  
Kabul: 22 Mart 2024

#### Anahtar sözcükler:

*Yalnız yemek yeme, Fiziksel ve psikolojik unsurlar, Bölgesellik algısı, Yalnız yemek yeme memnuniyeti, Tekrar ziyaret etme niyeti.*

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 27 December 2023  
Resubmitted: 28 February 2024  
Resubmitted: 15 March 2024  
Accepted: 22 March 2024

#### Key words:

*Solo dining, Physical and psychological elements, Perception of territory, Satisfaction with solo dining, Intention to revisit.*

### ÖZ

Bu araştırmanın amacı yalnız yemek yeme bağlamında restoran müşterileri perspektifinden restoranların fiziksel ve psikolojik unsurları arasındaki ilişkiyi belirlemek, fiziksel ve psikolojik unsurların yalnız yemek yiyen müşterilerin bölgesellik algılarını etkileyip etkilemediğini ortaya çıkarmak, bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisini incelemek ve yalnız yemek yeme memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu kapsamda Türkiye'nin tek haneli yaşayan nüfusunun en fazla olduğu Gümüşhane ilindeki yalnız yemek yiyen restoran müşterilerinden 399 veri toplanmıştır. Araştırma verileri sosyal ve davranış bilimlerinde yaygın olarak kullanılan yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak test edilmiştir. Sonuç olarak fiziksel unsurlar ile psikolojik unsurlar arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Fiziksel ve psikolojik unsurların bölgesellik algısı üzerinde pozitif etkisi bulunmuştur. Bununla birlikte bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyeti ve restoranı tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca araştırma bulgularına göre yalnız yemek yeme memnuniyetinin restoranı tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi bulunmaktadır.

### ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the physical and psychological elements of restaurants from the perspective of restaurant customers in the context of solo dining, to reveal whether physical and psychological elements affect the perception of the regionality of customers solo dining, to examine the effect of perception of regionality on satisfaction with solo dining and intention to revisit and to determine the relationship between satisfaction with solo dining and intention to revisit. In this context, 399 data were collected from restaurant customers who solo dining in Gümüşhane province, which has the highest single-digit population in Türkiye. The research data were tested using structural equation modeling, widely used in social and behavioral sciences. As a result, a positive relationship was found between physical and psychological elements. Physical and psychological elements had a positive effect on the perception of regionality. In addition, perception of regionality was found to be effective on satisfaction with solo dining and intention to revisit the restaurant. In addition, according to the research findings, satisfaction with solo dining has an effect on the intention to revisit the restaurant.

#### Makalenin kaynak gösterme şekli:

Apak, Ö. C. (2024). Restoranlarda Yalnız Yemek Yiyen Müşterilerin Fiziksel ve Psikolojik Unsur Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35 (1): 17 - 28.

## GİRİŞ

Dünya çapında tek kişilik hanelerin sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. 2014 ve 2030 yılları arasında nüfus profili bakımından tek kişilik hane oranının artacağı ifade edilmektedir (Brown

vd. 2020). Bae ve arkadaşları (2018) ise 2030 yılına kadar dünyadaki nüfus yapısının yüzde 20'lik kısmının tek kişilik haneden oluşacağını belirtmektedir. Benzer şekilde Türkiye'nin de aynı seyri izlediği söylenebilir. Türkiye İstatistik Ku-

rumu verilerine göre tek kişilik hane oranı 2014 yılında yüzde 13,9'dur. Bu oran 2022 yılında yüzde 19,4'e yükselmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu 2023). Tek kişilik ailelerin yıldan yıla artış göstermesi sosyal olaylarda da değişiklikleri meydana getirmektedir. Tek başına seyahatler ortaya çıkmakta ve bireyler tek başına hizmet almaya yönelmektedir. Bu çerçevede tüketim yapısında değişimler kaçınılmaz olmaktadır. Hatta günümüzde yiyecek tüketiminde de birçok değişimler yaşanmaktadır (Aslantürk ve Unur 2021). Son yıllarda tek kişilik hanelerin sayısındaki artış, yoğun çalışma programları ve dışarıda geçirilen daha fazla zaman sebebiyle tek başına yemek tüketim davranışı yeni bir trend olarak ortaya çıkmaktadır (Bianchi 2016).

Yeni milenyum (2000 yılı sonrası) olarak ifade edilen bu yıllarda tek başına yemek yeme, tüm kültürlerde sosyal olarak kabul edilebilir hale gelmiştir. Bu durum, küresel çapta ortaya çıkan restoran sektörü trendini temsil etmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre Avrupa'da restoran müşterilerinin yüzde 30'u tek başına yemek tüketmektedir. Başka bir araştırmaya göre Avustralya'da çevrimiçi yemek rezervasyonlarının yüzde 40'a yakını tek başına yemek tüketenlerden oluşmaktadır. Amerika'da tek başına yemek tüketenlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Asya ülkeleri daha çok aile odaklı olmalarına karşın günümüzde Asya ülkelerinde tek başına yemek yeme davranışına daha ılımlı yaklaşılmaktadır (Moon vd. 2020). Nam (2019) tarafından yapılan araştırmaya göre Güney Korelilerin her ay yaklaşık 13 kez dışarıda yemek tükettiği ve bu tüketimin yüzde 26'sının tek başına yemek yeme olarak gerçekleştiği belirtilmektedir. Ayrıca yükselen bu tek yemek yeme trendine ayak uydurabilmek için restoranların fiziksel ortamlarını yeniden yapılandırdıklarını ifade etmektedir. Yapılan araştırmalara bakıldığında tek başına tüketim trendi, çeşitli ülkelerde popülaritesini artırmaya devam etmektedir. Ancak restoranların bu yeni eğilime ayak uydurabilmesi için fiziksel yapılarını güncellemeleri beklenmektedir. Özellikle tek başına yemek yeme eğiliminde restoran müşterileri rahatsız edilmemeyi istemekte

ve masalar arası mesafelerin yakın olmamasını arzulamaktadır (Moon vd. 2020).

Alanyazın incelendiğinde yapılan araştırmalar genellikle evde tek başına yemek yeme üzerine gerçekleştirildiği görülmektedir (Pliner ve Bell 2009; Torra vd. 2022). Bununla birlikte müşteri deneyimine ilişkin çok az çalışma hizmet sektöründeki yalnız müşterilerle ilgilidir. Tek haneli yaşamın gün geçtikçe artmasına ve restoranlarda yalnız yemek yeme trendinin yükseldiğine yönelik iddialara rağmen yalnız yemek yeme üzerine uluslararası alanyazında sınırlı sayıda araştırmaların (Jonsson ve Ekström 2009; Bae ve Kim 2017; Lahad ve May 2017; Her ve Seo 2018; Moon vd. 2020) yürütüldüğünü söylemek mümkündür. Türkiye'de ise restoranlarda yalnız yemek yeme üzerine sadece Aslantürk ve Unur (2021) tarafından yapılan çalışmaya rastlanmıştır. Bu çerçevede tek başına yemek tüketme konusunun araştırmacılar tarafından çok az ilgi gördüğü düşünülmektedir. Türkiye özelinde bakıldığında tek haneli nüfusun yüzde 20'ye ulaştığı göz önünde bulundurulacak olursa yalnız yemek yeme ile ilgili araştırmaların gerçekleştirilmesi gerekli görülmektedir.

Bu araştırmanın amacı; (a) yalnız yemek tüketme bağlamında restoranların fiziksel ve psikolojik unsurlarını arasındaki ilişkiyi belirlemek, (b) fiziksel ve psikolojik unsurların yalnız yemek yiyen müşterilerin bölgesellik algılarını etkileyip etkilemediğini ortaya çıkarmak, (c) bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisini incelemek, (d) yalnız yemek yeme memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu bağlamda bu çalışma Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre tek kişilik hane halkı en yüksek (yüzde 30,4) olan Gümüşhane ilinde (Türkiye İstatistik Kurumu 2023) yürütülmüştür. Gümüşhane nüfusunun üçte birlik kısmının tek kişilik haneden oluştuğu düşünüldüğünde birçok müşterinin restoranda yalnız yemek tüketeceği varsayılabilir. Bu yüzden araştırmadan elde edilecek sonuçlar Gümüşhane ilinde bulunan restoranların geleceğe yönelik planlamaları için faydalı olacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmanın değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkiler değerlendirilerek araştırma hipotezlerine yer verilmiştir.

### Fiziksel ve Psikolojik Unsurlar

Bireylerin evinin dışında bulunan yiyecek ve içecekleri tüketmesiyle dışarıda yemek yeme eylemi gerçekleşmektedir (Pettersson ve Fjellström 2007: 207; Jaafar vd. 2009). Dışarıda yemek yeme olgusu sosyal hayatın önemli bir parçası haline gelmektedir. Dışarıda yemek yemeyi tercih eden insanlar, ekonomik açıdan daha uygun olduğunu düşünmektedir. Bunun yanı sıra yemek hazırlamak için harcanan zamanı başka faaliyetlerde kullanabileceklerini belirtmektedirler. Türkiye’de kadınların çeşitli sektörlerde (kamu, özel vd.) istihdam edilmesiyle hanedeki çiftlerin her ikisinin çalışması gibi durumlar dışarıda yeme-içme alışkanlığında değişikliğe sebep olmaktadır (Akarçay ve Suğur 2015). Dışarıda yemek yeme sebeplerinden biri de sosyalleşmek ve itibar kazanmaktır. Ancak son zamanlarda tüketiciler tek başına yemek yemeyi ön planda tutmaktadırlar (Cho vd. 2015; Nişancı vd. 2018).

Sommer ve Steele’e (1997) göre tek başına yemek tüketen bireyler kendilerini bilinçli hissetmektedirler. Olumsuz çevresel algılar olursa müşteriler kendilerini psikolojik olarak yalnız hissedebilmektedirler. Tek başına yemek tüketen bireylerin yalnızlık hislerinin sosyal bakışlardan meydana geldiği düşünülmektedir (Takeda ve Melby 2017). Bununla birlikte birden fazla kişi için hazırlanan masayı işgal ettiği için kendilerini suçlu hissedebilmekte ve bu yüzden rahatsız olabilmektedirler. Benlik duygusu az olan insanlar tek başına yemek yerken kendilerini dışlanmış hissedebilmektedirler (Hwang vd. 2018).

Restoranlarda yalnız yemek yiyen müşterilerin başkalarıyla mekânsal yakınlığı kalabalık algısının artmasına yol açmaktadır. Bu durum genel yemek deneyimlerini olumsuz etkilemektedir. Bu yüzden yalnız yemek yeme deneyiminde müşteriler kalabalık ortamlardan uzak durmakta, masalar arası mesafelerin geniş olmasını isteyebilmektedirler (Her ve Seo 2018; Hwang vd. 2018). Fiziksel unsurlarla birlikte yalnız yemek

yeme deneyiminde psikolojik unsurlar da önem arz etmektedir. Özellikle müşteriler kendilerini psikolojik açıdan rahat hissetmeyi istemektedirler. Fiziksel unsurlarla bağlantılı bir şekilde başkalarından gelecek rahatsız edici bakışlar müşterilerin psikolojik durumunu etkileyebilmektedir. Bu bağlamda fiziksel unsurlar ve psikolojik unsurlar arasında bir ilişkinin bulunduğu söylenebilir. Aynı zamanda fiziksel ve psikolojik olarak müşterilerin rahat etmesi durumunda restorana yönelik mekân bağlılığı oluşabilir. Yer bağlılığı bireyin belirli bir yer ile arasındaki bağ ile açıklanmaktadır. Birey kendini bir yerde rahat hissediyorsa o yeri benimseyerek kendine ait bir yer olarak düşünebilmektedir (Line vd. 2018). Bu çerçevede ilgili alanyazından yola çıkarak oluşturulan hipotezler şöyledir:

H1: Fiziksel unsurların psikolojik unsurlar üzerinde pozitif etkisi vardır.

H2: Fiziksel unsurların bölgesellik algısı üzerinde pozitif etkisi vardır.

H3: Psikolojik unsurların bölgesellik algısı üzerinde pozitif etkisi vardır.

### Bölgesellik Algısı, Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Niyeti

Turistler kendilerine ait olarak hissettiği alanları ziyaret ettiklerinde kendilerini rahat hissetmekte ve ziyaret deneyimlerinden hoşnut kalabilmektedirler (Moon vd. 2020). Kumar ve Nayak (2019) çalışmalarında algılanan bölgeselliği ziyaretçilerin bir destinasyona yönelik psikolojik sahiplenme duygusu olarak tanımlamışlardır. Bununla birlikte Hindistan’ı ziyaret eden turistlerin bölgesellik algılarının tekrar ziyaret etme ve destinasyonu tavsiye etme niyetleri üzerinde olumlu etkisinin olduğunu belirtmişlerdir.

Lahad ve May’ a (2017) göre bölgesellik algısı, kişinin çevresinde gerçekleşen durumlardan fazla etkilenmeden bulunduğu ortamda kendini rahat hissetmesidir. Bu bağlamda bireyler yemek tüketirken kendilerini rahat hissetmesi durumunda yemek deneyiminden memnun kalacağı düşünülmektedir. Yiyecek içecek işletmelerindeki rekabet giderek artarken, tek başına yemek tüketen bireyler kendilerini daha iyi hissedebilecekleri



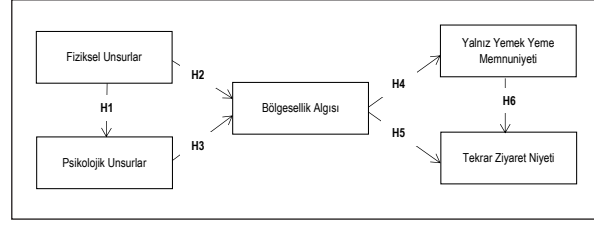
restoran arayışı içine girmektedir (Balfour 2014). Yiyecek içecek işletmelerindeki hizmette aksaklık olması veya çalışanların olumsuz tavırlarda bulunması tek başına yemek tüketen bireylerin deneyimini olumsuz etkileyebilmektedir. Rahatsız edici durumlar müşterilerin bölgesellik algısını etkileyebilmekte, bu yüzden memnuniyetsizlik ortaya çıkmakta veya tekrar ziyaret etme niyetleri ortadan kalkabilmektedir (Choi vd. 2020).

Wu ve arkadaşları (2014), çalışmalarında kahve dükkânında tüketicilerin başkalarıyla aynı masayı paylaşmaktan memnun olmadıklarını belirtmektedir. Araştırmaya göre kahve dükkânının aşırı kalabalık olması tüketicilerin memnuniyetini olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Dolayısıyla verilen hizmet hakkında tüketicilerin olumsuz değerlendirmelerde bulduklarını ifade etmişlerdir. Kumar ve Nayak (2019) bir destinasyona yönelik bölgesellik algısı yüksek olduğunda tekrar ziyaret etme niyetinin de yüksek olacağını ileri sürmektedirler. Ayrıca destinasyondan memnun olan tüketicilerin tekrar ziyaret etme olasılığının yüksek olduğu söylenebilmektedir (Ha ve Jang 2010). Bu çerçevede ilgili alanyazından yola çıkarak oluşturulan hipotezler şöyledir:

- H4: Bölgesellik algısının restoranda yalnız yemek yeme memnuniyeti üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H5: Bölgesellik algısının restoranı tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H6: Yalnız yemek yeme memnuniyetinin restoranı tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif etkisi vardır.

## YÖNTEM

Bu araştırma ilişkisel araştırma modeline göre tasarlanmış nicel bir araştırmadır. Fraenkel ve arkadaşları (2015) ilişkisel tarama araştırmasının değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemeye, ilişkinin derecesini ve yönünü ortaya koymaya olanak sağladığını belirtmektedir. Bu çalışmada doğrudan etkileri incelemek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modeli (YEM), açıklayıcı faktör analizi ve çoklu regresyon analizinin bir kombinasyonu olarak tanımlanmıştır. Yapısal



Şekil 1. Araştırma Modeli

eşitlik modeli (YEM) değişkenler arasında nedenselliğin varlığını incelemesini, farklı modellerin test edilmesini ve modelin doğrulanmasını sağlamaktadır. Karmaşık bir analiz yöntemi olması sebebiyle diğer analiz yöntemlerinden üstün olduğu varsayılmaktadır (Schreiber vd. 2006; Fraenkel vd. 2015). Bu araştırmada fiziksel ve psikolojik unsurlar ile bölgesellik algısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bununla birlikte araştırmada bölgesellik algısının memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisi ele alınmıştır. Bu bağlamda araştırma modeli Şekil 1’de sunulmuştur.

## Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2022 yılında Gümüşhane’de yaşayan yerli halk oluşturmaktadır. 2022 nüfus verilerine göre Gümüşhane’nin nüfusu 144.544 kişiden oluşmaktadır (www.nufusu.com). Araştırmada evrenin geniş bir kitleyi oluşturması, zaman ve maliyet sebeplerinden dolayı örnekleme başvurulmuştur. Sekaran’ın (1992) örneklem hesaplamasına göre yüzde 95 güven aralığında 384 veriye ulaşılmasının yeterli olacağı varsayılmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi kapsamında toplanmıştır. Çalışma, Türkiye’de tek haneli yaşayan birey sayısının en yoğun olduğu Gümüşhane ilinde gerçekleştirilmiştir. Verileri toplamada katılım gönüllülük esasına dayalıdır. Anketler 10-31 Aralık 2023 tarih aralığında Gümüşhane merkezinde restoranlarda yalnız yemek tüketen müşterilerden toplanmıştır. Veriler Gümüşhane şehir merkezinde bulunan -+42 restoran/lokanta içerisinden araştırmacı tarafından müşteri yoğunluğu fazla olduğu düşünülen beş restorandan elde edilmiştir. Müşteri yoğunluğu fazla olan bu işletmeler müşterilerine genel olarak kebab/et yemeklerini sunmaktadır. Elde edilen bu verilerin toplanma

süreci genel olarak öğle yemeği saatlerine denk gelmektedir. Katılımcılara toplamda 430 anket dağıtılmış ve eksik ya da hatalı olan anketler çıkarılarak kullanılabilir 399 anket ile çalışma yürütülmüştür.

### Veri Toplama Aracı ve Verilerin Analizi

Araştırmanın amacı kapsamında Gümüşhane ilinde restoranlarda yalnız yemek yiyen tüketicilerin davranışlarını ölçmek için anket tekniğinden faydalanılmıştır. Oluşturulan anketin fiziksel unsur (masalar arası mesafe ve özel kullanım), psikolojik unsur (yer bağımlılığı, yer kimliği ve başkalarının rahatsız edici bakışları) ve bölgesellik algısı bölümleri için Moon ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan çalışmadan faydalanılmıştır. Memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti bölümleri için ise Ha ve Jang (2010) ile Her ve Seo (2018) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanılmıştır. Hazırlanan anket restoranlarda yalnız yemek yiyen müşterilerle yüz yüze görüşülerek doldurulmuştur. Bu kapsamda oluşturulan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, gelir düzeyi, meslek, dışarıda yemek yeme sıklığı ve yalnız yemek yeme sıklığı) yer almaktadır. İkinci bölümde ise fiziksel unsurlar, psikolojik unsurlar, mekân algısı, yalnız yemek yeme memnuniyeti ve restoranı tekrar ziyaret etme niyetinin belirlenmesi için 25 ifade yer almaktadır. Ölçek ifadelerine yönelik görüşlerin belirlenebilmesi için beşli Likert kullanılmıştır. Likert derecelendirmesi; Hiç Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (3), Katılıyorum (4) ve Tamamen Katılıyorum (5) şeklindedir. Araştırmada öncelikli olarak geçerlik ve güvenilirlik değerleri ortaya konulmuştur. Daha sonra tanımlayıcı özelliklerle birlikte hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Hipotezlerin test edilebilmesi için Yapısal Eşitlik Modeli kullanılmıştır. Ayrıca hipotezlerin test edilmesinde uygulanacak olan analizlerin belirlenebilmesi için verilerin uygun dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Bu kapsamda George ve Mallery'nin (2010) çalışmasında belirttiği üzere çarpıklık ve basıklık değerleri her bir ifade için -1,5 ile +1,5 arasında olduğu tespit edilmiştir.

## BULGULAR

Restoranda yalnız yemek yemeye yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada 399 katılımcının öne çıkan demografik özellikleri şöyle betimlenmiştir: Katılımcıların çoğunluğunun kadınlardan (yüzde 71,7) oluştuğu, medeni durumda çoğunluğun bekâr (yüzde 75,8) olduğu, yaş durumunda 19-28 yaş (yüzde 51,9) grubunun fazlalığı, eğitim düzeyinde lisans eğitilmişlerin (yüzde 37,2) çoğunlukta olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların gelir düzeyinde 12000 TL ve altının (yüzde 59,2) çoğunluğu oluşturduğu görülmüştür. Bununla birlikte meslek değişkeninde özel sektör (yüzde 40,3) öne çıkmaktadır. Ayrıca katılımcıların dışarıda yemek yeme sıklığında ayda birkaç kez (yüzde 33,3) ve yalnız yemek yeme sıklığında ayda birkaç kez (yüzde 35,7) öne çıkan özellikler arasındadır.

### Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeğin geçerliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonuçları Tablo 1'de sunulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizinin uygulanmasında fiziksel unsur (masalar arası mesafe ve özel kullanım), psikolojik unsur (yer bağımlılığı, yer kimliği ve başkalarının rahatsız edici bakışları), mekân algısı, yalnız yemek yeme memnuniyeti ve restoranı tekrar ziyaret niyeti boyutları birlikte ölçülmüştür. Hair ve arkadaşları (2014: 115) çalışmasında faktör yük değerlerinin 0,50'nin, t değerlerinin ise 1,96'nın üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir. Bu çerçevede faktör yükü değeri 0,50'den düşük olan Özel Kullanım boyutundaki "ÖK3" (faktör yükü= 0,171) ifadesi, Bölgesellik Algısı boyutundaki "BA3" (faktör yükü= 0,287) ifadesi ve Mekân Algısı boyutundaki "MA3" (faktör yükü= 0,473) ifadesi ölçekten verilen sıra ile çıkarılıp tekrar analiz edilerek doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Böylece "özel kullanım" ve "yer bağımlılığı" boyutları iki ifadeyle ölçülmüştür. Genellikle bir faktörün en az üç ifadeden oluşması gerekliliği ifade edilse de uluslararası ve ulusal alanyazında iki ifadeyle ölçülen faktörler çalışmalarda (Ayaz ve Sorgun 2020; Choe ve Kim 2018) kullanılabilir. Bu yüzden çalışma Tablo 1'de

yer alan boyutlar ile gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonrasında en düşük faktör yükü değerinin 0,518 ve en yüksek faktör yükü değerinin 0,912 olduğu tespit edilmiştir (Tablo 1). T değerleri açısından da sorun olmadığı ve ölçek içerisindeki ifadelerin  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlı olduğu saptanmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,859 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca yalnız yemek yemeye yönelik ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda bazı uyum indekslerinin kabul edilebilir seviyede, bazılarının ise mükemmel uyum seviyesinde olduğu görülmektedir [ $\text{Chi-square}(416,765)/\text{df}(178) = 2,34$ ,  $\text{RMSEA} = .057$ ,  $\text{NFI} = .91$ ,  $\text{TLI} = .93$ ,  $\text{CFI} = .95$ ,  $\text{IFI} = .95$ ,  $\text{SRMR} = .048$ ,  $\text{GFI} = .92$ ].

Tablo 1 kapsamında yapısal modelin bütüncül olarak geçerli olabilmesi için AVE (Açıklanan Ortalama Varyans) ve CR (Birleşik Güvenilirlik) değerlerine bakılmaktadır. Yapılan çalışmalarda AVE değerinin 0,50 ve üzeri olması gerektiği söylenmiştir. CR değerinin ise AVE değerinden yüksek olmakla birlikte 0,70 ve üzeri olması gerektiği

ifade edilmiştir (Hair vd. 2014: 103). Bu çalışmada Tablo 1'de görüldüğü üzere ölçek boyutlarına bakıldığında en düşük AVE değerinin 0,514, en düşük CR değerinin ise 0,703 olduğu hesaplanmıştır. Dolayısıyla yapısal modelin bütüncül olarak geçerli olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde yapısal model aracılığıyla hipotezlerin testi gerçekleştirilmiştir.

### Hipotez Testleri

Restoranlarda yalnız yemek yiyen müşterilerden elde edilen veriler ile ölçüm modelinin doğrulanmasının ardından araştırma amacı kapsamında geliştirilen hipotezler yapısal model aracılığıyla test edilmiştir. Bu bağlamda fiziksel unsurların psikolojik unsurlar üzerindeki etkisi ortaya çıkarılmıştır. Bununla birlikte fiziksel ve psikolojik unsurların bölgesellik algısı üzerine etkisi incelenmiştir. Araştırma modeli çerçevesinde bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyeti ve restorana tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki etki araştırılmıştır. Ayrıca yalnız yemek

Tablo 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükü	CR	AVE
Masalar Arası Mesafe (Fiziksel Unsur)	MAM1	0,794	0,888	0,727
	MAM2	0,912		
	MAM3	0,848		
Özel Kullanım (Fiziksel Unsur)	ÖK1	0,526	0,715	0,549
	ÖK2	0,648		
Yer Bağlılığı (Psikolojik Unsur)	YB1	0,681	0,703	0,514
	YB2	0,770		
Yer Kimliği (Psikolojik Unsur)	YK1	0,745	0,870	0,690
	YK2	0,888		
	YK3	0,784		
Başkalarının Rahatsız Edici Bakışları (Psikolojik Unsur)	BRB1	0,873	0,832	0,627
	BRB2	0,832		
	BRB3	0,652		
Bölgesellik Algısı	BA1	0,673	0,709	0,554
	BA2	0,723		
	BA4	0,518		
Yalnız Yemek Yeme Memnuniyeti	YYM1	0,792	0,794	0,565
	YYM2	0,859		
	YYM3	0,757		
Restorana Tekrar Ziyaret Niyeti	RTZN1	0,857	0,866	0,683
	RTZN2	0,782		
	RTZN3	0,838		

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Boyutlar Arası İlişki Düzeyleri

Boyutlar	Ort.	S.S.	Çarpıklık	Basıklık	FU	PU	BA	YYM	TZN
Fiziksel Unsurlar	3,39	0,815	-0,443	-0,155	1				
Psikolojik Unsurlar	2,66	0,645	0,205	0,268	0,260*	1			
Bölgesellik Algısı	3,53	0,726	-1,037	1,421	0,476*	0,268*	1		
Yalnız Yemek Memnuniyeti	3,58	0,795	-0,772	0,557	0,373*	0,247*	0,512*	1	
Tekrar Ziyaret Niyeti	3,34	0,853	-0,527	0,059	0,329*	0,352*	0,253*	0,649*	1

\*p<0,01; Ort.=Ortalama; S.S.=Standart sapma

yeme memnuniyetinin restoranı tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisine bakılmıştır. Bu bağlamda Tablo 2'de boyutlara yönelik tanımlayıcı istatistikler ve boyutlar arasındaki ilişki yer almaktadır.

Tablo 2'ye göre boyutların ortalamaları genel olarak ortalamanın üzerindedir. Sadece psikolojik unsur boyutunun ortalamasının aşağısında olduğu görülmektedir. Bu da restoranlarda yalnız yemek yiyen müşterilerin genel anlamda psikolojik olarak kendini rahat bir ortamda hissetmediği çıkarımını akla getirmektedir. Daha önce belirtildiği gibi çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 değerleri arasında olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla George ve Mallery'nin (2010) çalışmasında belirttiği normal dağılım kısıtı yerine getirilmiştir. Ayrıca bütün boyutlar arasında düşük ( $r=0-0,29$ ) ve orta düzey ( $r=0,30-0,69$ ) ilişkiler bulunmuştur. Ardından araştırmada öngörülen diğer hipotezlerin test edilmesi için neden-sonuç bağlamında yol analizlerinin gerçekleştirilmesi uygun görülmüştür (Tablo 3).

Yol analizi kapsamında elde edilen sonuçlara göre fiziksel unsurların ( $H_1: \beta=0,206$ ,  $p<0,01$ ) psikolojik unsurlar üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi tespit edilmiştir. Fiziksel unsurların ( $H_2: \beta=0,436$ ,  $p<0,01$ ) ve psikolojik unsurların ( $H_3: \beta=0,155$ ,  $p<0,01$ ) bölgesellik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte doğrudan etkiler kapsamında bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyeti ( $H_4: \beta=0,512$ ,  $p<0,01$ ) ve restoranı tekrar ziyaret etme niyeti ( $H_5: \beta=0,164$ ,  $p<0,01$ ) üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin bulunduğu saptanmıştır. Ayrıca yalnız yemek yeme memnuniyetinin ( $H_6: \beta=0,565$ ,  $p<0,01$ ) restoranı tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$ ,  $H_5$  ve  $H_6$  (bakınız Tablo 3) hipotezlerinin kabul edildiğini göstermektedir.  $H_1$  hipotezi için açıklanan varyans oranı yüzde 6 ( $R^2=0,068$ )  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri için açıklanan varyans oranı yüzde 24 ( $R^2=0,249$ ),  $H_4$  hipotezi için açıklanan varyans oranı yüzde 26 ( $R^2=0,262$ ),  $H_5$  ve  $H_6$  hipotezleri için açıklanan varyans oranı ise yüzde

Tablo 3. Doğrudan ve Dolaylı Etkilere Yönelik Hipotez Testleri

Hipotezler	Doğrudan Etki	$\beta$	t-değeri	$R^2$	Kabul Durumu
H1	FU → PU	0,206*	5,469	0,068	Kabul
H2	FU → BA	0,436*	9,873	0,249	Kabul
H3	PU → BA	0,155*	3,507		Kabul
H4	BA → YYM	0,512*	12,118	0,441	Kabul
H5	BA → TZN	0,164*	3,824		Kabul
H6	YYM → TZN	0,565*	13,207		Kabul

\*p<0.01

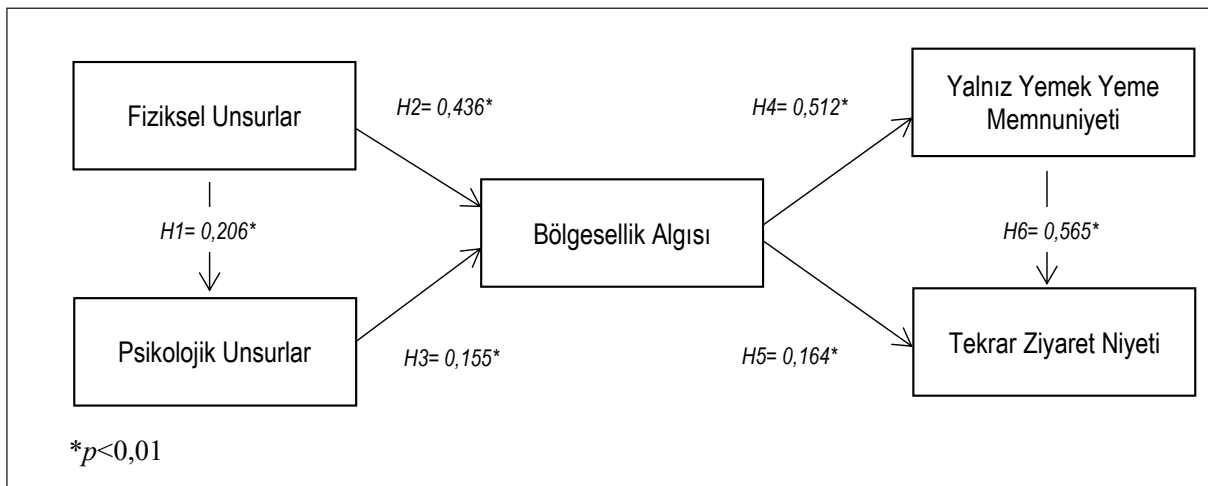
44 ( $R^2= 0,441$ ) şeklinde belirlenmiştir. Genel olarak yapılan analiz sonuçları Şekil 2'deki araştırma modeli üzerinde gösterilmiştir.

## TARTIŞMA

Yapılan analizler kapsamında restoranda yalnız yemek yiyen müşterilerin algıladığı fiziksel unsurların psikolojik unsurlar üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla fiziksel unsur algısının artması durumunda psikolojik unsur algısının da artacağı söylenebilir. Mil (2012) hizmet alanının yalnızca fiziksel çevre olarak ele alınması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Zira fiziksel unsurların yanında psikolojik unsurların da bir bütün olarak dikkate alınmasını önemli görmektedir. Araştırmada bir diğer bulgu fiziksel unsurların orta, psikolojik unsurların ise düşük düzeyde bölgesellik algısı üzerinde etkili olduğudur. Geçmişte yapılan bir araştırmada Kim ve Kim (2015), kamusal alan tasarımının bölgesellik algısını etkileyip etkilemediği ortaya konmuştur. Bu çerçevede garaj, otopark ve buna benzer ortak alanlarda bireyin şahsına münhasır alanların olması bölgesellik algısını artırmaktadır. Psikolojik olarak bir müşterinin restoranda kendini rahat hissetmesi o restorana karşı yüksek bağlılık duygusu hissetmesine sebep olmaktadır. Aynı zamanda psikolojik açıdan olumlu hissettiren restoranda bulunmak olumlu algıların gelişmesine

ortam hazırlayabilmektedir. Ayrıca restoranda yalnız yemek tüketen müşteriler eğer psikolojik açıdan sahiplik geliştirebilirlerse bölgesellik algısının da gelişebileceği ifade edilmektedir (Line vd. 2018).

Bu çalışmada bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyeti ve restorana tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bölgesellik algısının yalnız yemek yeme memnuniyetini orta derecede, restorana tekrar ziyaret etme niyetini ise düşük derecede etkilediği sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar Moon ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Yalnız yemek yiyen müşterilerin restoranda kendine ait bir alanın olduğunu fark etmesi yemek deneyiminden memnuniyet duymasını sağlayabilmektedir. Bu durumun aksine Brown ve arkadaşları (2020) şirket çalışanlarının tek başına yemek yerken sıklıkla kendilerini rahatsız hissettiklerini dile getirmiştir. Katılımcıların genellikle kendilerine ait bir masanın olmamasından, kendilerine ait bir alanın olmamasından ve istedikleri kişilerle birlikte aynı masada yemek yiyememesinden şikâyetçi oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Kısıtlı öğle arasının veya molaların yemek yemeyi aceleci bir aktivite haline getirmesi memnuniyeti azaltan sebeplerdendir. Mevcut çalışmada verilerin toplanması genellikle öğle yemeği sürecine denk gelmektedir.



Şekil 2. Sonuçların Araştırma Modeli Üzerinde Gösterimi

\* $p<0,01$



Ancak Brown ve arkadaşları (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışma şirket yemekhanesinde yalnız yemek yiyenler üzerine olduğu için bu çalışmanın sonuçlarıyla farklılık gösterebilir. Bu farklılıktan hareketle uygulanan çalışma akşam yemeği kapsamında incelenirse müşterilerin bölgesellik algıları ve memnuniyetleri daha yüksek çıkabilir.

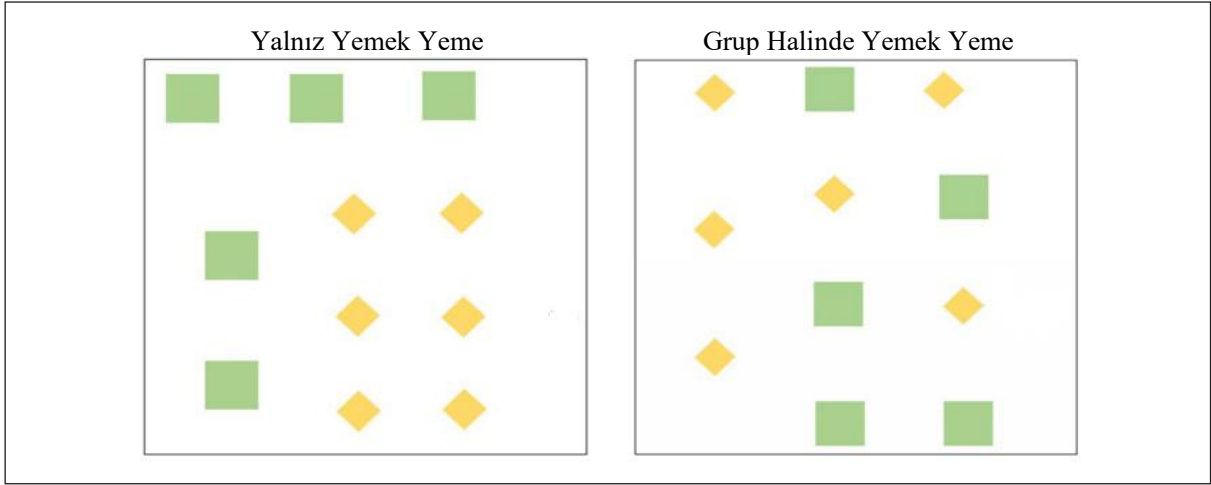
Araştırmada yalnız yemek yeme memnuniyetinin restoranı tekrar ziyaret etme üzerinde etkili olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu sonuç ilgili alanyazını destekler niteliktedir. Yazıt ve Bayram (2022) Sultanahmet turizm bölgesini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri ile tekrar ziyaret etme niyetleri arasında pozitif ilişkinin olduğunu çalışmasında belirtmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuç kapsamında her ne kadar bölgesellik algısının tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olsa da memnun olan müşterilerin bir destinasyonu veya bir hizmet işletmesini tekrar ziyaret etme olasılığı daha yüksek görülmektedir (Moon vd. 2020).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın sonuçlarına göre fiziksel unsurların psikolojik unsurlar ve bölgesellik algısı üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte psikolojik unsurların bölgesellik algısı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır (bakınız Tablo 3/Şekil 2). Restoranlar fiziksel açıdan müşterilere kaliteli hizmet sunarlarsa müşteriler psikolojik olarak kendilerini rahat hissedebilmekte ve bunun yanında bölgesellik algıları artabilir. Nitekim fiziksel ve psikolojik olarak restoran unsurlarını olumlu algılayan bir müşterinin kendine ait bölgesinin yani bölgesellik algısının oluşabileceği söylenebilir. Özetle, bölgesellik algısının oluşması için fiziksel ve psikolojik unsurların müşterilerin beklentilerini karşılayacak şekilde tasarlanması, müşterinin kendine ait bir ortamın olduğu hissini verilmesi ve müşterinin kendini rahat hissetmesinin sağlanması gerekmektedir. Başarılı yiyecek içecek işletmelerinin bu durumun farkında olup her müşterinin farklı ihtiyaç ve tercihlerine cevap verebilecek şekilde hizmet verebilmeleri oldukça önemlidir. Ayrıca müşteriler restoranda yemek tüketirken hizmet

aldığı alanın kendine ait olduğu duygusunu hissetmesi tatmin olmasına ve restoranı tekrar ziyaret etmesine ortam hazırlamaktadır. Bu yüzden yiyecek hizmeti sunan restoranlar/lokantalar müşterilerinin bölgesellik algısını artıracak çabalar içerisinde olmalıdırlar. Yine de bu araştırma sonuçlarına bakıldığında psikolojik unsurların ortalamasının altında olduğu (bakınız Tablo 2) görülmektedir. Bu çerçevede Gümüşhane ilinde bulunan restoran işletmelerine müşterilerinin psikolojik unsur algılarını yükseltmeleri önerilmektedir. Masa konumlandırılmalarının iyi bir şekilde dizayn edilmesi ve diğer müşterilerin yemek tüketen müşteriyi rahatsız etmeyecek şekilde tasarlanması gerektiği düşünülmektedir. Hwang ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan çalışmada yalnız yemek yemeyi tercih eden müşteriler ve grup olarak yemek yemeyi tercih eden müşteriler için Şekil 3'te masa oturma düzeni önerisinde bulunulmuştur. Bu bağlamda şekilde gösterilen yeşil renkli masalar grup yemek yiyenler için, sarı renkli masalar ise yalnız yemek yemeyi tercih eden müşteriler içindir (Şekil 3). Yalnız yemek yemeyi tercih eden müşterilerin başkalarından rahatsız olmamaları için masalar arası mesafelerin geniş tutulması önerilmektedir.

Şekil 3'teki masa düzeni göz önünde bulundurulduğunda yalnız yemek yiyenler için daha geniş alanların bulunması bölgesellik algısını artırabilir. Çalışmada bölgesellik algısının memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Restoranlar üzerine yapılmış olan çeşitli çalışmalarda hizmet kalitesi, personel iletişimi, oturma düzeni gibi birçok durumun müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır (Büyükyılmaz ve Apak 2019). Dolayısıyla bölgesellik algısı yükseldikçe müşteri memnuniyeti artabilir ve müşteriler restoranı tekrar ziyaret etme niyeti içerisinde olabilir. Tablo 2'deki tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında ortalama değerler ortalamasının üzerinde görülse de yalnız yemek yiyen müşterilerin memnuniyetini artırmak ve restoranı tekrar ziyaret etmesini sağlamak için işletmelerin fiziksel özelliklerini gözden geçirmesi gerekmektedir. Restoran yöneticileri/sahipleri görsel açıdan daha çekici konseptin yanında müşterilerin psikolojik açıdan rahat hissetmesi için çabalar içerisinde



Şekil 3. Yalnız veya Grup Halinde Yemek Yemede Masa Düzeni  
Kaynak: Hwang vd. 2018.

girmelidir. Mesela, dinlendirici müziklerin tercih edilmesi yalnız yemek yiyen müşterilerin kendini rahat hissetmesine ortam hazırlayabilir.

Yapılan bu çalışmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. İlk olarak, örnekleme seçiminden dolayı araştırma sonuçlarının genelleştirilmesi mümkün olmayabilir. İkincisi, çalışma nicel yaklaşımla gerçekleştirilmiştir. İleride yapılacak çalışmalarda karma araştırma yöntemi kullanılarak yalnız yemek yiyen restoran müşterilerinin davranışları daha derinlemesine incelenebilir. Bununla birlikte bu araştırma Gümüşhane ilinde yürütülmüştür. Araştırmada kullanılan ölçme aracının farklı destinasyonlarda uygulanması sonucunda farklı sonuçların bulunması mümkündür. Mesela, İstanbul'da uygulanması durumunda müşterilerin fiziksel veya psikolojik unsurlar ile bölgesellik algısı daha yüksek olabilir. Üçüncüsü araştırmanın Gümüşhane ilinde yürütülmesinin sebebi tek haneli yaşayan sayısının fazla olmasındandır. Ancak veriler, restoranlarda yalnız yemek yiyen müşterilerden toplanmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada tek haneli yaşamayıp yalnız yemek tüketen müşterilerden veri elde edilmiş olabilir. Gelecekte yapılması muhtemel çalışmalar sadece tek haneli yaşayan bireylerin restoranda yemek tüketimleri üzerine odaklanabilir. Son olarak, mevcut çalışma restoran müşterilerinin görüşlerine odaklanmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalar yalnız yemek yeme kapsamın-

da restoran işletmesi personellerinin görüşlerine başvurabilir.

#### KAYNAKÇA

- Akarçay, E. ve Suğur, N. (2015). Dışarıda Yemek: Eskişehir'de Yeni Orta Sınıfın Fast-Food Yeme-İçme Örgütleri, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18 (1): 1-29.
- Aslantürk, E. ve Unur, K. (2021). Bireylerin Dışarıda Tek Başına/Yalnız Yemek Yeme Deneyimleri ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yalnız Yemek Yiyenlere İlişkin Değerlendirmeleri, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (3): 518-543.
- Ayaz, N. ve Sorgun, T. (2020). Turist Tipolojisi ve Seyahat Memnuniyeti İlişkisi: Ilgaz Kayak Merkezi Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (2): 328-341.
- Bae, S. ve Kim, D. J. (2017). The Impacts of Perceived Service Quality and Restaurant Type on Customer Satisfaction and Return Patronage Intentions: An Exploratory Investigation with a Focus on Solo Diners, *Culinary Science & Hospitality Research*, 23 (1): 84-94.
- Bae, S., Slevitch, L. ve Tomas, S. (2018). The Effects of Restaurant Attributes on Satisfaction and Return Patronage Intentions: Evidence From Solo Diners' Experiences in The United States, *Cogent Business & Management*, 5 (1): 1-16.
- Balfour, B. (2014). Tables for One-The Rise of Solo Dining, <http://www.bbc.com/news/business-28292651>, Erişim Tarihi: 26 Kasım 2023.
- Bianchi, C. (2016). Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction, *International Journal of Tourism Research*, 18 (2): 197-208.
- Brown, L., Buhalis, D. ve Beer, S. (2020). Dining Alone: Improving The Experience of Solo Restaurant Goers, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32 (3): 1347-1365.

- Büyükyılmaz, O ve Apak, Ö. C. (2019). Restoran Müşterilerinin Personel İletişim Düzeyi Algıları ve Memnuniyetleri Arasındaki İlişki, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1): 66-78.
- Cho, W., Takeda, W., Oh, Y., Aiba, N. ve Lee, Y. (2015). Perceptions and Practices of Commensality and Solo-Eating Among Korean and Japanese University Students: A Cross-Cultural Analysis, *Nutrition Research and Practice*, 9 (5): 523-529.
- Choe, J. Y. J. ve Kim, S. S. (2018). Effects of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitude, Food Destination Image, and Behavioral Intention, *International Journal of Hospitality Management*, 71 (4):1-10.
- Choi, S., Yang, E. C. L. ve Tabari S. (2020). Solo Dining in Chinese Restaurants: A Mixed-Method Study in Macao, *International Journal of Hospitality Management*, 40: 102628.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. ve Hyun, H. H. (2015). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: Mc Graw Hill Education.
- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston: Pearson.
- Ha, J. ve Jang, S. S. (2010). Perceived Values, Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Role of Familiarity in Korean Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 29 (1): 2-13.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Harlow: Pearson New International Edition.
- Her, E. ve Seo, S. (2018). Why Not Eat Alone? The Effect of Other Consumers on Solo Dining Intentions and The Mechanism, *International Journal of Hospitality Management*, 70 (3): 16-24.
- Hwang, Y., Shin, J. ve Mattila, A. S. (2018). So Private, Yet So Public: The Impact of Spatial Distance, Other Diners, and Power on Solo Dining Experiences, *Journal of Business Research*, 92 (11): 36-47.
- Jaafar, S. N., Lumbers, M. ve Eves, A. (2009). Does Food Really Matters in The Eating Out Experience in Restaurants, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8 (2): 1-11.
- Jonsson, I. M. ve Ekström, M. P. (2009). Gender Perspectives on The Solo Diner As Restaurant Customer. İçinde: H. L. Meiselman (Editör), *Meals in Science and Practice: Interdisciplinary Research and Business Applications* (ss. 236-248). Oxford: Woodhead Yayınları.
- Kim, J. S. ve Kim, J. M. (2015). Concept Establishment of Territoriality of External Public Space of Housing Complex: Focusing on Review of Previous Research, *Kiae Journal*, 15(5): 59-66.
- Kumar, J. ve Nayak, J. K. (2019). Exploring Destination Psychological Ownership among Tourists: Antecedents and Outcomes, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39 (2): 30-39.
- Lahad, K. ve May, V. (2017). 'Just one?' Solo Dining, Gender and Temporal Belonging in Public Spaces, *Sociological Research Online*, 22 (2): 1-11.
- Line, N. D., Hanks, L. ve Zhang, L. (2018). Birds of A Feather Donate Together: Understanding The Relationship Between The Social Services Cape and CSR Participation, *International Journal of Hospitality Management*, 71 (4): 102-110.
- Mil, B. (2012). Alan Algısının Turistlerin Yemek Deneyimi Memnuniyetine Etkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Moon, S., Boon, M.A. ve Cho, M. (2020). How Can The Solo Dining Experience Be Enhanced? Focusing on Perceived Territoriality, *International Journal of Hospitality Management*, 88 (5): 102506.
- Nam, K. D. (2019). Graphic News Eating Out Declined in 2018: Survey, [http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190122000780&ACE\\_SEARCH=1](http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190122000780&ACE_SEARCH=1). *The Korea Herald*. Erişim Tarihi: 24 Kasım 2023.
- Nişancı, Z. N., Özdoğan, Y. ve Bölüktepe, E. F. (2018). Dışarıda Yemek Yeme Davranışının Nedenlerini Belirlemeye Yönelik İzmir İlinde Bir Araştırma, *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1): 60-71.
- Petterson, A. ve Fjellström, C. (2007). Restaurants as Friends of the Family: Functions of Restaurant Visits in Everyday Life, *Journal of Foodservice*, 18 (6): 207-217.
- Pliner, P. ve Bell, R. (2009). A Table for One: The Pain and Pleasure of Eating Alone. İçinde: H. Meiselman, (Editör), *Meals in Science and Practice: interdisciplinary Research and Business Applications* (ss. 169-189). Cambridge: Woodhead Publishing Ltd.
- Schreiber, J. B., Stage, F. K., King, J., Nora, A. ve Barlow, E. A. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review, *The Journal of Educational Research*, 99 (6): 323-337.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods For Business – A Skill Building Approach*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Sommer, R. ve Steele, J. (1997). Social Effects on Duration in Restaurants, *Appetite*, 29(10): 25-30.
- Takeda, W. ve Melby, M. K. (2017). Spatial, Temporal, and Health Associations of Eating Alone: A Cross-Cultural Analysis of Young Adults in Urban Australia and Japan, *Appetite*, 118(11): 149-160.
- Torra, N. N., Lemke, M. ve Huisman, G. (2022). Solo Dining at Home in the Company of ICT Devices, *Frontiers in Computer Science*, 4: 818650.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2023). İstatistiklerle Aile. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Aile-2022-49683>, Erişim Tarihi: 23. Kasım 2023.
- Türkiye Nüfusu, (2023). Gümüşhane İli Nüfusu. <https://www.nufusu.com/il/gumushane-nufusu>, Erişim Tarihi: 25.11.2023.
- Wu, L. L., Mattila, A.S. ve Han, J. R. (2014). Territoriality Revisited: Other Customer's Perspective, *International Journal of Hospitality Management*, 38(3): 48-56.
- Yazıt, H. ve Bayram, E. G. (2022). Ziyaretçilerin Seyahat Motivasyonu, Memnuniyeti, Tekrar Ziyaret Niyeti ve Sadakat Algısı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2): 103-121.





Ömer Ceyhun APAK

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan (Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü) mezun oldu (2013). Yüksek lisans derecesini Karabük Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan (2016), doktora derecesini de Karabük Üniversitesi'nden İşletme Dalı'ndan aldı (2023). Bayburt Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2019). Halen Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm pazarlaması, sürdürülebilir turizm ve gastronomidir.

## Konaklama İşletmelerinde Finansal Tablo Kalemlerinin Benford Yasası'na Uygunluğu

*Compliance of Financial Statement Items in Accommodation Companies With Benford's Law*

Erdinç KARADENİZ\*, Ömer İSKENDEROĞLU\*\*, Nazif AYYILDIZ\*\*\*

\*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çiftlikköy Kampüsü, 33340, Yenişehir, Mersin.

E-posta: [ekaradeniz@mersin.edu.tr](mailto:ekaradeniz@mersin.edu.tr)

ORCID: 0000-0003-2658-8490

\*\*Prof. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 51240, Niğde.

E-posta: [oiskenderoglu@ohu.edu.tr](mailto:oiskenderoglu@ohu.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-3407-1259

\*\*\*(Sorumlu Yazar) Öğr. Gör. Dr., Harran Üniversitesi, Suroç Meslek Yüksekokulu, 63800, Şanlıurfa.

E-posta: [nazifayildiz@harran.edu.tr](mailto:nazifayildiz@harran.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-7364-8436

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 28 Ekim 2023

Birinci düzeltme: 4 Mart 2024

İkinci düzeltme: 27 Mart 2024

Kabul: 1 Nisan 2024

#### Anahtar Sözcükler:

Konaklama işletmeleri, Benford yasası, Rakamsal analiz, Finansal tablolar, Borsa İstanbul.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 28 October 2023

Resubmitted: 4 March 2024

Resubmitted: 27 March 2024

Accepted: 1 April 2024

#### Key words:

Accommodation companies, Benford's law, Numerical analysis, Financial statements, Istanbul stock exchange.

### ÖZ

Benford Yasası, doğal veri kümelerinde başlangıç rakamlarının belirli bir düzeni takip ettiğini ifade eden bir istatistik prensibidir. Finansal denetim sürecinde Benford Yasası kullanılarak finansal tablo verilerinde oluşabilecek potansiyel düzensizlik, hata ve hileler belirlenebilmektedir. Konaklama işletmeleri; mevsimsel talep değişiklikleri, maliyet yapısı, varlık değerlemesi gibi konularda diğer işletmelerden farklılık göstermektedir. Bu araştırmada, Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplamı, uzun vadeli yükümlülükler, kısa vadeli yükümlülükler, özkaynaklar, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar, faaliyet karı, vergi öncesi kar, amortisman giderleri, işletme-yatırım-finance faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları ile nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda konaklama işletmelerinin söz konusu finansal tablo kalemlerinin Haziran 2016 - Haziran 2023 dönemindeki rakamsal dağılımları Ki-Kare testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz, dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerinin Benford Yasası'na uymadığını gösterse de diğer kalemlerin uygunluk gösterdiğini ortaya koymaktadır.

### ABSTRACT

Benford's Law is a statistical principle that indicates a certain order in the leading digits of natural datasets. In the financial audit process, Benford's Law can be used to identify potential irregularities, errors, and fraud in financial statement data. Accommodation companies differ from other businesses in terms of seasonal demand fluctuations, cost structure, asset valuation. This study aims at determining the compliance of accommodation companies operating in Borsa Istanbul with Benford's Law for items such as current assets, fixed assets, total assets, long-term liabilities, short-term liabilities, equities, sales revenues, cost of sales, gross profit, operating profit, pre-tax profit, depreciation expenses, cash flows from operating-investment-financing activities, and net increase or decrease in cash and cash equivalents. In line with this aim, the numerical distributions of these financial statement items of accommodation businesses for the period between June 2016 - June 2023, were analyzed using the Chi-Square test. The analysis revealed that while current assets, fixed assets, total assets, long-term liabilities, and equity did not conform to Benford's Law, other items showed compliance.

#### Makalenin kaynak gösterme şekli:

Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö. ve Ayyıldız, N. (2024). Konaklama İşletmelerinde Finansal Tablo Kalemlerinin Benford Yasası'na Uygunluğu, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35 (1): 29 - 41

## GİRİŞ

Finansal tabloların temel amacı, işletmenin faaliyet sonuçları, finansal durumu ve finansal yön-

den gelişimiyle ilgili finansal bilgilerinin ortaklar, potansiyel yatırımcılar, yöneticiler, kredi verenler ve diğer finansal bilgi kullanıcılarına doğ-

ru, güvenilir ve tam zamanında sunulmasıdır. Finansal tablolardaki bilgilerin şeffaf, kanıtlanabilir, doğru, güvenilir ve gerçeğe uygun olarak hazırlanmaması; yatırımcılara, işletme ortaklarına, kredi verenlere ve işletmenin iş ilişkilerinde bulunduğu diğer taraflarla birlikte tüm ülke ekonomisine zarar vermektedir. Bu nedenle, finansal tablolardaki yanıltıcı uygulamaların tespiti her zaman önemli bir konu olarak öne çıkmıştır (Farzad vd. 2018).

Yasal yükümlülükler, finansal sorumluluk, şeffaflık gereği finansal tablolardaki bilgilerin doğru olarak verilmesi gerekse de bilgiler hata sonucu yanlış olarak ifade edilebilmektedir. Finansal tablolardaki hata, genellikle hesaplama eksikliklerinden, dikkatsizliklerden, muhasebe bilişim sisteminin işleyişinden veya operasyonel risklerden kaynaklanabilir. Ancak hatalar içerisinde daha fahiş nitelikte olanı "önemli hata" olarak ifade edilir. Önemli hata; finansal tabloların güvenilirliğini ve kullanıcıların kararlarını olumsuz etkileyebilecek düzeyde yapılan yanlışlardır (Kieso vd. 2008). Önemli hataların kendi içerisinde birçok sebebi olabilir ancak genellikle finansal hile ve finansal manipülasyon kavramları ön plana çıkmaktadır. Finansal raporlamada hile, finansal tablo kullanıcılarını yanıltmak amacıyla şirketlerin finansal tablolarında kasıtlı olarak yanlış veya eksik beyan yapmasıdır (Nigrini 2012). Finansal tablolardaki hileler; muhasebe kayıtlarının manipülasyonu, tahrifatı, çarpıtılması veya değiştirilmesi yoluyla yapılmaktadır (Gorenc 2019). Finansal raporlarda manipülasyon ise işletmenin finansal durumunun, yapısının ve performansının farklı bir şekilde gösterilerek finansal bilgi kullanıcılarının algılarının yanıltılmasıdır (Çopuroğlu ve Korkmaz 2018).

Finansal tablo verilerindeki hata veya hileler çoğunlukla rakamların değiştirilmesine dayanmaktadır. Bu durumda değişen rakamların tespit edilmesi aynı zamanda yanlış uygulamaların ortaya çıkarılması anlamına gelmektedir (Nia 2015). Benford Yasası yardımıyla işletmelerin finansal tablolarında açıkladığı verilerin doğruluğunun denetimi yapılabilmektedir. Rastgele olarak ortaya çıkan sayı gruplarındaki rakamların, her bir basamakta olabileme sıklıklarını veren

Benford Yasası'yla, finansal tablolardaki sayısal bilgiler doğrulanabilmekte, olası hata ve hileler de tespit edilebilmektedir. Finansal tablolardaki rakamların ortaya çıkış sıklıklarının Benford Yasası'na uymaması; rakamsal verilerin doğal dağılımdan sapmasını ve bir düzensizliğin, hatanın veya hilenin varlığını ortaya çıkarabilmektedir (Hladnik 2002).

Konaklama işletmeleri; mevsimsel talep değişiklikleri, maliyet yapısı, varlık değerlemesi, değişken karlılık ve sektörün rekabetçi yapısı gibi finansal raporlamaya etki edebilecek konularda diğer işletmelerden farklılık göstermektedir (Biçici 2016). Buna göre bu çalışmanın amacı, Borsa İstanbul'da (BIST) pay senetleri işlem gören konaklama işletmelerinin finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uyup uymadığının tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda; konaklama işletmelerinin dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler, kısa vadeli yükümlülükler, özkaynaklar, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar, faaliyet karı, vergi öncesi kar, amortisman giderleri, işletme-yatırım-finance faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları ile nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış kalemleri incelenmiştir. İlgili finansal tablo kalemlerindeki rakamsal dağılımların incelenmesinde ise olası en geniş veri aralığı olan Haziran 2016 – Haziran 2023 dönemindeki 29 çeyrek dönemlik veri seti kullanılmıştır.

Türkiye'de konaklama işletmelerinin finansal tablo verilerinin Benford Yasası ile incelendiği herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Yabancı alanyazında yer alan benzer çalışmalar incelendiğinde ise, konaklama işletmelerinin yalnızca gelir tablosu kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğunun incelendiği ve bu bağlamda iki çalışma olduğu tespit edilmiştir (Jawabreh vd 2018; Herteliu vd. 2021). Bu çalışmada, mevcut alanyazından farklı olarak, gelir tablosunun ana kalemlerinin yanı sıra finansal durum ve nakit akış tablolarının da ana kalemleri incelenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın hem Türkiye'deki konaklama işletmelerine odaklanması hem de üç önemli finansal tablodaki ana kalemlerin analiz edilmesi açısından alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KURAMSAL ÇERÇEVE

Benford Yasası, sayıların ilk basamağındaki rakamların belirli bir düzenlilikte dağılması gerektiği tezine dayanmaktadır ve sayıların basamaklarında rakamların yer alabilme ihtimallerine ait bir beklenen frekans dağılımını vermektedir (Hill 1995). Sayı basamaklarında rakamların görülme sıklığı ile ilgili ilk istatistiksel gözlem ve tespitler; Newcomb (1881) ve Benford (1938) çalışmalarında ileri sürülmüştür. Newcomb (1881) çalışmasında, rakamların logaritma cetvellerinde hangi oranda kullanıldığı ile ilgili yapılan gözlemler açıklanmıştır. Logaritmik cetvellerinin başlangıçtaki sayfalarının sonraki sayfalardan daha fazla yıpranması ve daha çok kirlenmesinin nedeninin başlangıç sayfalarının hesaplamalarda daha çok kullanılması olduğu belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca, incelenen bir logaritma cetvelinde, ilk rakamı "1" olan sayıların ilk rakamı "2" olan sayılardan daha fazla, ilk rakamı "2" olan sayıların ilk rakamı "3" olan sayılardan daha fazla kullanıldığı belirlenmiştir. Benzer şekilde küçük olan rakamların kendinden daha büyük rakamlara göre daha sık kullanıldığı da tespit edilmiştir. Newcomb (1881) çalışması, Benford Yasası'nın temellerinin oluşmasına önemli katkı sağlamıştır. Benford (1938) ise farklı veri tabanlarındaki rakamların kullanılma sıklıklarını araştırarak logaritma tablolarını incelemiş ve ilk sayfaların diğer sayfalara oranla daha fazla yıprandığını gözlemlemiştir. Benford (1938) çalışmasında incelenen 20,229 örneklemin frekans dağılımları ve rakamların dağılım ortalamaları hesaplanmıştır. İlgili çalışmayla birlikte, rakamların sayı basamaklarında olma sıklıkları alanyazında Benford Yasası olarak ifade edilmiştir. Benford Yasası, bir sayının basamaklarında rakamların olma olasılıklarının hesaplamalarına dayanmaktadır. Sayıların ilk basamağında rakamların yer alabilme olasılıkları (1) numaralı denklemde verilmiştir (Benford 1938). Buna göre sayıların birinci rakamı için;

$$\text{Olasılık } (d_1) = \log \left( 1 + \frac{1}{d_1} \right); d_1 = (1,2,3,4 \dots 9) \quad (1)$$

Yukarıdaki denkleme göre rakamların bir basamakta görülme sıklıkları hesaplanabilir. Örneğin sayının ilk rakamının;

$$\begin{aligned} 1 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{1} \right) &= 0,30103 & (2) \\ 2 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{2} \right) &= 0,17609 & (3) \\ 3 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{3} \right) &= 0,12493 & (4) \\ 4 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{4} \right) &= 0,09691 & (5) \\ 5 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{5} \right) &= 0,07989 & (6) \\ 6 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{6} \right) &= 0,06695 & (7) \\ 7 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{7} \right) &= 0,05799 & (8) \\ 8 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{8} \right) &= 0,05115 & (9) \\ 9 \text{ olabilmesi için olasılık; } \log \left( 1 + \frac{1}{9} \right) &= 0,04576 & (10) \end{aligned}$$

Sayıların ikinci rakamının olasılık dağılımı ise 11 numaralı denklemde yer alan formül ile hesaplanabilmektedir:

$$\text{Olasılık } (d_2) = \log \left( 1 + (d_1 d_2) \right) - \log \left( (d_1 d_2) \right); d_2 = (1,2,3,4 \dots 9) \quad (11)$$

Benford Yasası kullanılarak sayıların yalnızca ilk basamaklarının değil, sayılarda bulunan bütün basamakların analizleri yapılabilmektedir. Yasaya göre, sayı basamaklarında en soldan başlayarak sağdaki basamaklara geçildikçe rakamların görülme ihtimalleri birbirlerine daha çok yaklaşmaktadır. Benford Yasası ile ilgili alanyazın incelendiğinde; menkul kıymetler borsalarında pay senetleri işlem gören farklı sektör veya endekslere ait şirketlere odaklanan heterojen nitelikte çalışmalara rastlanmıştır. Bununla birlikte, konaklama işletmelerinin finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğuna odaklanan sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılabilmektedir.

Menkul kıymet piyasalarında yer alan endekslerdeki işletmeler üzerinde Benford Yasası'nın incelendiği öncü çalışmalardan biri olan Carslaw'ın (1988) çalışmasında, Yeni Zelanda Borsası'nda 1981-1985 yılları arasında işlem gören 220 şirketin satışlar hesabındaki rakamsal dağılımlar incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, satış tutarlarında sıfır rakamının beklenenden daha fazla olduğu, ikinci hanede ise beklenenden daha az dokuz rakamının bulunduğu; bu nedenle satış tutarlarının Benford Yasası'na uymadığı tespit edilmiştir. Benford Yasası'nın Borsa İstanbul (BIST) şirketlerinin finansal tablolarına uygulandığı Aybars ve Ataunal'ın (2016) çalışmasında ise, 148 şirketin 2005-2015 dönemindeki dönen varlıklar, toplam aktif, net satışlar ve net kâr verileri ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, dö-

nen varlıklar ve net satışlar rakamlarının Benford Yasası'na uyduğu; ancak toplam aktif toplam ve net kâr rakamlarının uymadığı tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, toplam aktif ve net kar kalemlerindeki rakamların daha derinlemesine incelenmesi önerilmiştir.

BIST şirketlerine odaklanan diğer bir çalışma olan Özevin ve arkadaşlarının (2020) çalışmasında ise, 2013-2017 dönemi ve 2017 yılı ayrı ayrı incelenmiştir. 2013-2017 döneminde 347 şirketten 195 adedinin finansal tablolarındaki rakamların Benford Yasası'na uygun olduğu, 152 adedinin ise uygun olmadığı belirlenmiştir. 2017 yılında ise, 358 şirketten 199 adedinin finansal tablolarındaki rakamların Benford Yasası'na uygun olduğu, 152 adedinin ise uygun olmadığı tespit edilmiştir. Romanya Bükreş Borsası şirketlerine odaklanan Jianu ve Jianu'nun (2021) çalışmasında, 1996-2017 döneminde işlem gören 72 şirketin alacaklar, dönem karı veya zararı ve işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit kalemlerinin Benford Yasası'na uyduğu ancak satış gelirleri ve amortisman kalemlerinin uymadığı tespit edilmiştir. Can ve Özarı'nın (2023) çalışmasında ise BIST-30 endeksinde yer alan banka dışındaki 26 şirketin 2016-2022 yılları arasında aktif toplam, kısa vadeli yükümlülükler, brüt satışlar, satış gelirleri, satışların maliyeti, faaliyet giderleri, brüt satış karı/zararı, vergi öncesi kar/zarar ve dönem karı veya zararı kalemlerinin Benford Yasası'na uyduğu; buna karşın dönen varlıklar, duran varlıklar, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerinin ise uygun olmadığı tespit edilmiştir.

Menkul kıymet piyasalarındaki borsa endeksleri dışında özgün olarak sektörlerde faaliyet gösteren şirketler üzerinde Benford Yasası'nın incelendiği araştırmalardan biri olan Uzuner'in (2014) çalışmasında, BIST'te faaliyet gösteren 14 bankaya ait 2013 yılı birinci çeyrek bilanço hesaplarının çoğunun Benford Yasası'na uygun olduğu ancak küçük bir kısmının uygun olmadığı tespit edilmiştir. BIST spor şirketlerine odaklanan Uyar ve Uzuner'in (2016) çalışmasında ise finansal durum tablosundaki rakamların Benford Yasası'na uygun dağıldığı tespit edilmiştir. Tek-

noloji sektörüne odaklanılan Shrestha'nın (2016) çalışmasında, Fortune 500 listesinde yer alan 20 adet teknoloji şirketinin nakit akışları, gelir tablosu ve finansal durum tablolarındaki bazı önemli kalemlerin Benford Yasası'na uyum sağladığı belirlenmiştir.

Özel sektör işletmesinden farklı olarak kamu sektörünü odak alan Yanık ve Samancı'nun (2013) çalışmasında, bir kamu şeker fabrikasının 770 "Genel Yönetim Giderleri Hesabı"nın 2012 faaliyet dönemindeki borç kayıtları incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, incelenen verilerin Benford Yasası'na uygun olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde kamu sektörüne odaklanan Özçelik ve Bayrakçıoğlu'nun (2016) çalışmasında Benford Yasası bir sosyal tesis işletmesinin stok verilerinde uygulanmıştır. 2016 yılındaki Ocak-Ağustos dönemi borç ve alacak kayıtlarının incelendiği çalışmada, stoklar hesabının çoğunlukla Benford Yasası'na uyduğu ancak bazı kalemlerin uyumsuzluk gösterdiği belirlenmiştir. Söz konusu uyumsuzluğun nedeninin, farklı türdeki mallar için aynı tutarda tekrar eden kayıtlar olduğu tespit edilmiştir.

Kamu idaresi üzerinde konuya odaklanan Kıyılmaz Kıvraklar ve Ersoy Can'ın (2023) çalışmasında ise 2022 yılındaki "800 Bütçe Gelirleri" hesabı ve "830 Bütçe Giderleri" hesabı Benford Yasası ile incelenmiştir. Elde edilen bulguların Benford Yasası ile uyum derecesinin değerlendirilmesinde, Ortalama Mutlak Sapma (OMS) derecesi esas alınmıştır. Analiz sonucunda, birinci basamak rakamsal dağılımları incelenmiş ve 800 Bütçe Gelirleri hesabının Benford Yasası ile uyumsuz olduğu, ancak 830 Bütçe Giderleri hesabının Benford Yasası ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Hazır giyim ve tekstil sektörünü odak alan Demir'in (2014) çalışmasında, sektörde faaliyet gösteren bir işletmenin borç kayıtlarındaki rakamların dağılımının Benford Yasası'na uygun olmadığı tespit edilmiştir.

Tekstil sektörüne odaklanan diğer bir çalışma olan Karagün ve Taşdemir'in (2019) çalışmasında ise, bir tekstil firmasının satışlar hesabındaki kayıtlar bir yıllık süre zarfında incelenmiş ve Benford Yasası'na uyumsuz dağılım tespit edil-



miştir. Mermer sektörüne odaklanan Kaşıkıcı ve Dalgar'ın (2021) alışmasında, sektörde faaliyet gösteren bir işletmenin bir yıllık alış faturalarının kayıtlarındaki verilerin dağılımında Benford Yasası'ndan sapmalar olduğu; ancak sapsmaya neden olan tutarların işletmenin kendine özgü yapısından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Ulaştırma sektörüne odaklanan Pupokusumo ve arkadaşlarının (2022) alışmasında, 2015-2020 döneminde Jakarta Borsası'nda işlem gören bir şirketin finansal tablo verilerinin Benford Yasası referans dağılımını yakından takip ettiği tespit edilmiştir.

Alanyazında konaklama işletmelerinin finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğunun araştırıldığı iki farklı çalışmaya ulaşılabilmektedir. Bu alışmalardan Jawabreh ve arkadaşlarının (2018) alışmasında, Ürdün'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin çeşitli finansal tablo kalemleri incelenmiştir. Çalışma kapsamındaki 11 adet işletmenin 2000-2016 yılları arasındaki satış gelirleri, dönem net karı ve dönem net zararı hesapları veri seti olarak kullanılmıştır. Analiz sonucunda, Benford Yasası'na satış gelirleri ve dönem net karı hesaplarının uymadığı, ancak dönem net zararı hesabının uyduğu tespit edilmiştir. Herteliu ve arkadaşlarının (2021) alışmasında ise, 2013 yılında Romanya'da faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek sektörü şirketlerinin vergi öncesi kar rakamlarının Benford Yasası'na uygunluğu analiz edilmiştir. Analizde, Romanya'da faaliyet gösteren 574.221 şirketin verisi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, incelenen şirketlerin finansal tablolarında yer alan vergi öncesi kar rakamlarının Benford Yasası'na büyük lde uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Alanyazında konaklama işletmelerinin finansal tablolarının dışında turist sayısı, geceleme sayısı gibi farklı turizm verilerinin de Benford Yasası ile incelendiği gözlemlenmiştir. Bu çalışmalardan biri olan Neves ve arkadaşlarının (2021) alışmasında, Yeşil Burun Adaları'ndaki Sal Adası konaklama işletmelerinin 2000-2018 yılları arasındaki kaydedilen aylık geceleme sayılarının Benford Yasası'na uygun olmadığı belirlenmiş-

tir. Matakovic'in (2021) alışmasında ise Hırvatistan'daki 30 konaklama işletmesinde 2013-2015 ve 2016-2018 dönemlerinde konaklayan turist sayısı ve geceleme sayısı ile ilgili aylık veriler ayrı ayrı analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, yabancı turist sayısı ve geceleme sayısının Benford Yasası'na uyduğu ancak, yerli turistlere ait verilerin Benford Yasası'na uymadığı belirlenmiştir. Cerqueti ve Provenzano'nun (2023) alışmasında ise, Sicilya'da Ocak 2016-Aralık 2019 döneminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin aylık ve yıllık varış ve geceleme verileri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, toplam geceleme sayısı ve yıllık bazda dikkate alınan verilerdeki dağılımın Benford Yasası'na uyduğu; ancak turist milliyeti ve konaklama türüne göre ayrıştırılan verilerdeki dağılımın Benford Yasası'ndan sapmalar gösterdiği tespit edilmiştir.

Alanyazında, Benford Yasası'nın banka, teknoloji, spor, tekstil, mermer, ulaştırma ve konaklama gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin finansal tabloların incelendiği ve finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uyum veya uyumsuzluk durumlarının tespit edildiği görülmektedir. Finansal tabloların Benford Yasası'na uyum durumu, finansal verilerin doğru ve doğal bir şekilde sunulduğunu gösterirken; uyumsuzluk durumu ise finansal verilerin hatalı, gerçek dışı veya manipüle edilmiş olabileceğine işaret etmektedir.

Alanyazın taramasında, Türkiye'de konaklama işletmelerinin finansal tablo verilerinin Benford Yasası ile incelendiği herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Yabancı alanyazında yer alan benzer çalışmalarda ise konaklama işletmelerinin yalnızca gelir tablosu kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğunun incelendiği sadece iki çalışma olduğu gözlemlenmiştir. Bu araştırmada ise mevcut alanyazından farklı olarak gelir tablosunun ana kalemlerinin yanı sıra finansal durum tablosu ve nakit akış tablosunun çeşitli ana kalemlerinin de Benford Yasası'na uygunluğu araştırılmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın hem Türk konaklama işletmelerini incelemesi hem de  temel finansal tablodaki önemli finansal kalemleri analiz kapsamına alması açısından farklılaş-

tığı ve alanyazına bu bağlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## YÖNTEM

BIST'te pay senetleri işlem gören konaklama işletmelerinin finansal durum tablosu, gelir tablosu ve nakit akış tablolarındaki bazı önemli finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uygun olup olmadığının değerlendirildiği bu çalışmada, konaklama işletmelerinin finansal tablo kalemleri çalışmanın veri setini oluşturmaktadır. BIST'te faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin isimleri ve borsa kodları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1'de yer alan konaklama işletmelerinden finansal verilerinde eksiklik tespit edilen KSTUR, MERIT ve ULAS, finansal verilerin bütünlük oluşturması ve işletmelerin aynı ölçütlerle ele alınabilmesi amacıyla analize dahil edilmemiştir. Bu nedenle, örneklem olarak altı konaklama işletmesinin finansal verileri konsolide edilmiştir. Konaklama işletmelerinin incelenen finansal tablo kalemleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Alanyazında yer alan ve finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğunun analiz

edildiği araştırmalarda, genellikle finansal durum tablosu ve gelir tablosunda yer alan kalemlerin konsolide edilerek ele alındığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmada ise, benzer şekilde finansal durum ve gelir tablosundaki tüm ana kalemler analiz edilirken aynı zamanda nakit akış tablosundaki ana kalemler de analize dahil edilmiştir. Ana hesap kalemleri, benzer karakter ve özellikteki alt hesapların toplamından oluşmakta ve işletmenin temel finansal durumunu yansıtmaktadır (Avder ve Özçelik 2019). Bu nedenle çalışma kapsamında ana hesap ve detay hesap kalemleriyle analiz gerçekleştirmek mükerrer sonuçlar doğurabileceğinden yalnızca ana hesap kalemlerinin incelenmesine odaklanılmıştır.

Finansal tabloların içerdiği verilerin rakamsal dağılımının Benford Yasası'na uygun olup olmadığını istatistiksel olarak değerlendirmek amacıyla, Nigrini'nin (2012) önerisi üzerine Ki-Kare, Z-İstatistiği, Kolmogorov-Smirnoff ve Ortalama Mutlak Sapma (OMS) testleri kullanılmaktadır. Ancak literatürde yapılan çalışmalar arasında, finansal tablo kalemlerinin Benford Yasası'na uyum derecesini ölçülmesinde en çok tercih edilen testin Ki-Kare testi olduğu görülmüştür (Öze-

Tablo 1. BIST'te Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri

BIST Kodu	İşletme Adı
AYCES	Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.
AVTUR	Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.
KSTUR	Kuşadası Turizm Endüstri A.Ş.
MAALT	Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.
MARTI	Martı Otel İşletmeleri A.Ş.
MERIT	Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.
PKENT	Petrokent Turizm A.Ş.
TEKTU	Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.
ULAS	Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.

Kaynak: Kamuyu Aydınlatma Platformu-KAP (2023).

Tablo 2. Çalışmada Kullanılan Finansal Tablo Kalemleri

Finansal Durum Tablosu	Gelir Tablosu	Nakit Akış Tablosu
-Dönen Varlıklar	-Satış Gelirleri	-İşletme Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları
-Duran Varlıklar	-Satışların Maliyeti	-Yatırım Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları
-Aktif Toplam	-Brüt Kar veya Zarar	-Finansman Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları
-Kısa Vadeli Yükümlülükler	-Faaliyet Karı veya Zararı	-Nakit ve Nakit Benzerlerindeki Net Artış veya Azalış
-Uzun Vadeli Yükümlülükler	-Dönem Karı veya Zararı	-Amortisman Giderleri
-Özkaynaklar		

vin vd. 2019). Ki-Kare testi, rastgele olarak ortaya çıkan rakamsal dağılımların belirli bir teorik dağılıma uygunluğunun ölçülmesinde kullanılmaktadır (Pearson 1900). Bu bağlamda, konaklama işletmelerinin finansal tablo kalemlerinin incelenmesinde Ki-Kare testi tercih edilmiştir. Ki-Kare testinde, beklenen ve gözlenen değerler arasındaki farkın Bu bağlamda, H<sub>0</sub> hipotezi hesaplanmasında uygulanan formül aşağıdaki gibidir.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^9 \frac{(P_{g,i} - P_{b,i})^2}{P_{b,i}} \quad (12)$$

Bu formülde;

$P_{g,i}$ : i rakamı için gözlenen frekansı

$P_{b,i}$ : i rakamı için beklenen frekansı ifade etmektedir.

Finansal tablolarda yer alan verilerin rakamsal dağılımının Benford Yasası'na uygun olarak dağılım gösterip göstermediğinin araştırılmasında uygulanan Ki-Kare uygunluk testi için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H<sub>0</sub>: Gözlenen değerlerdeki rakamsal dağılım ile Benford Yasası'ndaki birinci basamak beklenen değerleri arasında farklılık yoktur.

H<sub>1</sub>: Gözlenen değerlerdeki rakamsal dağılım ile Benford Yasası'ndaki birinci basamak beklenen değerleri arasında farklılık vardır.

Ki-Kare testi için; serbestlik derecesi;  $v=r-1=9-1=8$ 'dir. Anlamlılık seviyesi 0,05 olduğunda Ki-Kare testinin kritik değeri 15,507 olarak hesaplanmıştır. Ki-Kare test istatistiği 15,507 değerini aşması H<sub>0</sub> hipotezini geçersiz kılmaktadır.

## VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Analiz sürecinde, konaklama işletmelerine ait finansal tablo kalemlerinin Haziran 2016 –Haziran 2023 dönemindeki rakamsal dağılımlarının Benford Yasası'na uygunluğu Ki-Kare testi ile incelenmiştir. Ki-Kare analizine geçmeden önce, analizde kullanılan finansal durum tablosu, gelir tablosu ve nakit akış tablosu kalemlerine ait gözlenen sıklık oranları ile Benford Yasası birinci basamak referans dağılım oranları Tablo 3'te karşılaştırılmıştır.

Finansal tablo kalemlerine ait gözlenen sıklık oranlarının yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde, konaklama işletmelerinin finansal tablo kalemlerine ait gözlenen verilerin Benford Yasası birinci basamak olasılıkları ile yakın bir uyumunun olduğu görülmektedir. Ancak gözlenen değerlerdeki sapmaların kabul edilebilir seviyede olup olmadığı Ki-Kare testinden elde edilecek sonuca göre belirlenebilmektedir. Konaklama işletmelerine ait finansal tablo kalemlerinin analiz dönemindeki rakamsal dağılımlarının Benford Yasası'na uygunluğu test edilmesi için yapılan Ki-Kare testi-ne ait sonuçlar Tablo 4'te verilmektedir.



Tablo 3. Gözlenen Sıklık Oranları ve Benford Yasası Birinci Basamak Olasılıkları

Dönen Varlıklar	0,385	0,213	0,098	0,063	0,052	0,052	0,046	0,075	0,017
Duran Varlıklar	0,310	0,138	0,230	0,011	0,040	0,046	0,029	0,092	0,103
Aktif Toplam	0,425	0,144	0,086	0,029	0,052	0,080	0,034	0,080	0,069
Kısa Vadeli Yükümlülükler	0,282	0,201	0,155	0,075	0,086	0,103	0,057	0,023	0,017
Uzun Vadeli Yükümlülükler	0,362	0,069	0,103	0,098	0,098	0,040	0,086	0,075	0,069
Özkaynaklar	0,374	0,264	0,132	0,057	0,029	0,029	0,017	0,052	0,046
Satış Gelirleri	0,379	0,201	0,098	0,075	0,057	0,052	0,080	0,046	0,011
Satışların Maliyeti	0,333	0,190	0,086	0,063	0,046	0,075	0,057	0,069	0,080
Brüt Kar veya Zarar	0,270	0,161	0,167	0,086	0,109	0,057	0,057	0,052	0,040
Faaliyet Karı veya Zararı	0,329	0,249	0,121	0,069	0,035	0,046	0,064	0,035	0,052
Dönem Karı veya Zararı	0,329	0,249	0,121	0,069	0,035	0,046	0,064	0,035	0,052
İFNA	0,199	0,187	0,140	0,129	0,076	0,094	0,076	0,053	0,047
YFNA	0,249	0,178	0,089	0,142	0,083	0,071	0,059	0,065	0,065
FFNA	0,322	0,215	0,119	0,090	0,113	0,034	0,023	0,040	0,045
NBNA	0,272	0,204	0,143	0,088	0,054	0,041	0,048	0,061	0,088
Amortisman Giderleri	0,380	0,216	0,099	0,058	0,064	0,058	0,047	0,041	0,035
Ortalama	0,325	0,192	0,124	0,075	0,064	0,058	0,053	0,056	0,052
<b>Benford Olasılıkları</b>	<b>0,301</b>	<b>0,176</b>	<b>0,125</b>	<b>0,097</b>	<b>0,079</b>	<b>0,067</b>	<b>0,058</b>	<b>0,051</b>	<b>0,046</b>

İFNA: İşletme Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları, YFNA: Yatırım Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları, FFNA: Finansman Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları, NBNA: Nakit ve Nakit Benzerlerindeki Net Artış veya Azalış.

Tablo 4'te yer alan Ki-Kare test sonuçlarına göre, dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerindeki rakamsal dağılımların Ki-Kare testinin kritik değeri olan 15,507 değerinden daha büyük olduğu, diğer kalemlerdeki rakamsal dağılımların ise bu değerden daha küçük olduğu gözlemlenmektedir. Bu bulguları daha iyi anlamak ve değerlendirmek için Ki-Kare test sonuç-

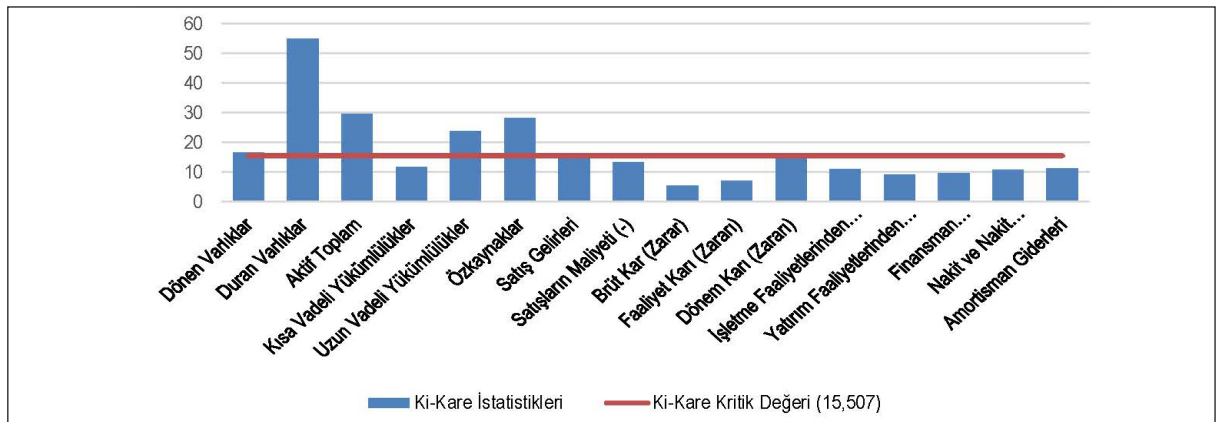
larının bir grafikte görselleştirilmesi önemlidir. Finansal tablo kalemlerinin Ki-Kare testi sonucunda elde edilen istatistik değerlerinin Ki-Kare kritik değeri olan 15,507 değerine göre durumları, Şekil 1'de yer alan grafikte verilmektedir.

Şekil 1'de yer alan Ki-Kare istatistikleri incelendiğinde, kısa vadeli yükümlülükler, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar veya zarar, faaliyet karı veya zararı, dönem karı veya zararı,

Tablo 4. Ki-Kare Test Sonuçları

Finansal Tablo Kalemleri (Konaklama İşletmeleri)	Ki-Kare
Dönen Varlıklar	16,581*
Duran Varlıklar	54,897*
Aktif Toplam	29,664*
Kısa Vadeli Yükümlülükler	11,74
Uzun Vadeli Yükümlülükler	23,703*
Özkaynaklar	28,204*
Satış Gelirleri	14,466
Satışların Maliyeti (-)	13,32
Brüt Kar (Zarar)	5,447
Faaliyet Karı (Zararı)	6,913
Dönem Karı (Zararı)	14,759
İşletme Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları	10,944
Yatırım Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları	9,039
Finansman Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışları	9,67
Nakit ve Nakit Benzerlerindeki Net Artış veya Azalış	10,641
Amortisman Giderleri	11,198
<b>Ortalama</b>	<b>16,95</b>

\*Ki-Kare Testi Kritik Değeri: 15,507.



Şekil 1. Finansal Tablo Kalemlerinin Ki-Kare İstatistikleri

işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, yatırım faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, finansman faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış ve amortisman giderleri kalemlerindeki rakamsal dağılımların Ki-Kare testinin kritik değeri olan 15,507 değerinden daha küçük olduğu görülmektedir. Dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerindeki rakamsal dağılımların ise Ki-Kare testinin kritik değeri olan 15,507 değerinden daha büyük olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, tüm finansal tablo kalemlerinin incelenmesi sonucunda elde edilen ortalama değer olan 16,95'in, Ki-Kare testinin kritik değeri olan 15,507'den anlamlı derecede büyük olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, Benford Yasası'na uygunluk sınırına çok uzak olmamakla birlikte, finansal tablo verilerindeki rakamların doğal dağılımından sapma eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda,  $H_0$  hipotezi -finansal tablo verilerinin Benford Yasası'na uygun olduğu varsayımı- istatistiksel olarak reddedilmiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada, Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler, kısa vadeli yükümlülükler, özkaynaklar, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar, faaliyet karı, vergi öncesi kar, amortisman giderleri, işletme-yatırım-finance faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları ile nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış kalemlerinin Benford Yasası'na uygunluğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda konaklama işletmelerinin söz konusu finansal tablo kalemlerinin Haziran 2016 – Haziran 2023 dönemindeki rakamsal dağılımları Ki-Kare testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerinin Benford Yasası'na uyduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan kısa vadeli yükümlülükler, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar veya zarar, faaliyet karı veya zararı, dönem karı veya zararı, işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, yatırım faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları,

finansman faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış ve amortisman giderleri kalemlerinin ise Benford Yasası'na uymadığı belirlenmiştir.

## Kuramsal Sonuçlar

Konaklama işletmelerinin kısa vadeli yükümlülükler, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar veya zarar, faaliyet karı veya zararı, dönem karı veya zararı, işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, yatırım faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, finansman faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları ve nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış ve amortisman giderleri kalemlerindeki rakamların ortaya çıkış sıklıklarının Benford Yasası'na yakın uyum sağladığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç benzer çalışmalardan Jianu ve Jianu (2021) ile Can ve Özarı (2023) çalışmalarıyla paralellik gösterirken Jawabreh vd. (2018) çalışmasıyla ters düşmektedir. Söz konusu çalışmalardan BSE'de (Bucharest Stock Exchange) faaliyet gösteren şirketlerin finansal tablo kalemlerine odaklanan Jianu ve Jianu (2021) çalışmasında, dönem karı veya zararı ve işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit kalemlerinin Benford Yasası'na uyduğu sonucuna ulaşılmıştır. BIST30 endeksinde işlem gören banka dışındaki toplam 26 adet şirketin finansal tablo kalemlerinin incelendiği Can ve Özarı (2023) çalışmasında ise, kısa vadeli yükümlülükler, brüt satışlar, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt satış karı/zararı, vergi öncesi kar/zarar ve net dönem karı veya zararı kalemlerinin Benford Yasası'na uyduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklı bir sonuca ulaşan Jawabreh vd. (2018) çalışmasında ise Ürdün'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin finansal tablolarındaki satış gelirleri kaleminin Benford Yasası'na uymadığı tespit edilmiştir.

Konaklama işletmelerinin; dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplam, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerindeki rakamların ortaya çıkış sıklıklarının Benford Yasası'na uymadığı belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuç, Aybars ve Ataüenal (2016) ve Can ve Özarı (2023) çalışmalarıyla paralellik gösterirken Jianu ve Jianu (2021) çalışmasıyla ters düşmektedir. Söz konusu çalışmalardan Aybars ve Ataüenal (2016) çalış-

masında, BIST'te işlem gören şirketlerin finansal tablolarındaki toplam aktifler ve net kâr rakamlarının Benford Yasası'na uygun olmadığı tespit edilmiştir. BIST30 endeksinde işlem gören banka dışındaki işletmelerin finansal tablo kalemlerine odaklanan Can ve Özarı (2023) çalışmasında ise, dönen varlıklar, duran varlıklar, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerinin Benford Yasası'na uygun dağılmadığı belirlenmiştir. Farklı sonuca ulaşan Jianu ve Jianu (2021) çalışmasında ise, BSE'de faaliyet gösteren şirketlerin finansal tablo kalemlerinden elde edilen sonuçlara göre; satış gelirleri ve amortisman giderleri kalemlerinin Benford Yasası'na uymadığı tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında, elde edilen sonuçların yanı sıra birçok sınırlılıktan bahsetmek mümkündür. Uygulamada yalnızca birinci basamakların rakamsal dağılımına odaklanması, analizin yalnızca ana finansal tablo kalemleri üzerine yapılmış olması, araştırmanın 2016 yılından önceki dönemi kapsamaması, çeyrek dönemlik verilerle analizin gerçekleştirilmesi, BIST itibarıyla sınırlı sayıda konaklama işletmelerinin çalışmaya dahil edilebilmesi, çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Söz konusu kısıtlar bağlamında gelecekte turizm sektöründeki ulaştırma, yiyecek-içecek gibi farklı alt sektörlerde yer alan işletmelere birinci basamak analizinin yanında, ikinci basamak ve ilk iki basamak analizleri yapılabilir. Yine işletmelerin borsa performans verilerinin Benford Yasası ile uyumu araştırılabilir. Ayrıca farklı dönem aralıklarının ele alındığı uluslararası karşılaştırmalı araştırmalarda gerçekleştirilebilir. Bu tip araştırmaların ise, yeni çalışmaların konusunu oluşturması beklenmektedir.

### Uygulamaya Dönük Sonuçlar

Konaklama işletmelerinin kısa vadeli yükümlülükler, satış gelirleri, satışların maliyeti, brüt kar, faaliyet karı, dönem karı, işletme, yatırım ve finansman faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları, nakit ve nakit benzerlerindeki net artış veya azalış ve amortisman giderleri kalemlerindeki rakamsal dağılımların Benford Yasası'na uyum sağladığı saptanmıştır. Elde edilen bu sonuç konaklama işletmelerinde özellikle gelir tablosu ve

nakit akış tablolarının hazırlanmasında herhangi bir hata, düzensizlik ve hile veya manipülasyon olasılığının tespit edilmediğini ortaya koymaktadır. İşletmeler açısından kritik olan gelir, maliyet, kar ve nakit akışları gibi önemli göstergelerin, gerçeğe uygun ve muhasebe kavramlarından güvenilirlik ve tam açıklama özelliklerine uyması, işletmelerin finansal bütünlüğü ve güvenilirliği açısından önemlidir.

Bununla beraber konaklama işletmelerinin dönen varlıklar, duran varlıklar, aktif toplamı, uzun vadeli yükümlülükler ve özkaynaklar kalemlerindeki rakamsal dağılımlarının Benford Yasası'na uymadığı belirlenmiştir. Bu sonuç konaklama işletmelerinin finansal durum tablosundaki ana hesap kalemlerinin kaydedilmesinde ve sunulmasında potansiyel anormalliklere işaret etmektedir. Söz konusu anormalliklerin bir nedeni verilerin hatalı girişlerinden, düzensizliklerden, operasyonel risklerden veya muhtemel manipülasyon ve hilelerden etkilenmesi olabilir. Bu sonuç işletmelerin finansal durum tablosunun oluşturulmasında uluslararası finansal raporlama standartlarına uymakta sorun yaşadıklarını da gösterebilir. Bununla birlikte konaklama işletmelerinin duran varlık ağırlıklı yapısına ve Türkiye'deki yüksek enflasyona bağlı olarak, maddi duran varlıkların faaliyet dönemi sonlarında yeniden değerlendirme artış oranı üzerinden fiktif olarak değerlendirilmesi ve bilanço denkliği gereği özkaynaklarında bu düzeyde artmasının, sapmaların ortaya çıkmasına neden olabileceği düşünülmektedir.

Ayrıca analizde çeyrek dönemlik veriler kullanıldığı için turizm sektörünün mevsimsellik özelliği gereği dönen varlıklarda (çalışma sermayesi) meydana gelen dalgalanmaların da uyumsuzluğa neden olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle özellikle Türkiye'de enflasyon muhasebesinin uygulamaya tekrar konmasının finansal tablo kalemlerinde meydana gelen büyük sapmaların azaltılması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte finansal bilgi kullanıcılarının yatırım ve yönetim kararlarında bu işletmelerin finansal durum tablo verilerine ihtiyatlı yaklaşımları önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Avder, E. ve Özçelik, İ. (2019). *Genel Muhasebe ve Tekdüzen Hesap Planı Uygulama Örnekleri*. Güncellenmiş 13. Baskı. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Aybars, A. ve Ataunal, L. (2016). An Application of Benford's Law to Fundamental Accounting Figures Reported by Borsa Istanbul (BIST) Companies, *Journal of Economics Finance and Accounting*, 3 (3): 234-243.
- Benford, F. (1938). The Law of Anomalous Numbers, *American Philosophical Society*, 78 (4): 551-572.
- Biçici, F. (2016). Zamana Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ile Geleneksel Maliyetleme Sistemlerinin Karşılaştırılması: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. (Basılmamış Doktora Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Can, E. ve Özarı, Ç. (2023). BIST30 Şirketlerinin Bazı Finansal Tablo Kalemlerinin Benford Yasası ile Uyumluluğu, *Mali Çözüm Dergisi*, 33 (177): 773-806.
- Carshaw, C. (1988). Anomalies in Income Numbers: Evidence of Goal Oriented Behavior, *The Accounting Review*, 63 (2): 321-327.
- Cerqueti R. ve Provenzano D. (2023). Benford's Law for Economic Data Reliability: The Case of Tourism Flows in Sicily, *Chaos, Solitons and Fractals*, 173 (1): 1-10.
- Çopuroğlu, F. ve Korkmaz, I.H. (2018). Muhasebede Hata ve Manipülasyon Ayrımı, Muhasebe Manipülasyonu Yöntem ve Teknikleri. 1. *Uluslararası Ekonomi ve İşletme Sempozyumu*, 732-740.
- Demir, M. (2014). Benford Yasası ve Hile Denetiminde Kullanılması. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Muhasebe ve Denetim Anabilim Dalı.
- Farzad, S., Malekian, E., Fakhari, H. ve Ghasemi, J. (2018). Predict the Stock Price Crash Risk by Using a Firefly Algorithm and Comparison with Regression, *Advances in Mathematical Finance and Applications*, 3 (2): 43-58.
- Gorenc, M. (2019). Benford's Law As a Useful Tool to Determine Fraud in Financial Statements, *Management*, 14 (1): 19-31.
- Herteliu, C., Jianu, L., Dragan, I.M., Apostu, S. ve Luchian, J. (2021). Testing Benford's Laws (Non)Conformity within Disclosed Companies' Financial Statements Among Hospitality Industry in Romania, *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 582 (1): 1-16.
- Hladnik, M. (2002). Benfordov Zakon Ali Problem Prve Števkve, *Obzornik za Matematiko in Fiziko*, 49 (5): 140-47.
- Hill, T.P. (1995) A Statistical Derivation of the Significant-Digit Law, *Statistical Science*, 10 (4): 354-363.
- Jawabreh, O., Bader, A., Saleh, M. ve Alrabei, A. (2018). Fraud Inference Investigation within Tourism Sector in Jordan, *Journal of Economic and Management Perspectives*, 12 (1): 5-20.
- Jianu I. ve Jianu I. (2021). Reliability of Financial Information from the Perspective of Benford's Law, *Entropy*, 23 (5): 557.
- Karagün, V. ve Taşdemir, E. (2019). Benford Yasası'nın Denetimde Kullanımı ve Bir Uygulama, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 8 (2): 120-137.
- Kaşıkçı, B. ve Dalgıç, H. (2021). Muhasebe Hilelerinin Ortaya Çıkarılmasında Benford Yasası'nın Kullanılmasına Yönelik Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12 (32): 1196-1211.
- Kamuyu Aydınlatma Platformu-KAP (2023) Konaklama Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletme Bilgileri, <https://www.kap.org.tr>, Erişim tarihi: 20 Ekim 2023.
- Kıymaz Kıvraklar, M. ve Ersoy Can, R. (2023). Denetimde Güçlü Bir Araç "Benford Yasası": Kamu İdaresi Hesaplarında Bir Uygulama, *Muhasebe ve Denetim Bakışı*, 23 (70): 183-208.
- Kieso, D. E. Weygandt J. J. ve Warfield T. D. (2008). *Intermediate Accounting*. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Matakovic, H. (2021). Tourism Data in Croatia Assessed by Benford's Law, *Journal of Public Administration Finance and Law*, 166-184.
- Neves, G. A., Nunes, C. S. ve Fernandes, P.O. (2021). Application of Benford's Law to the Tourism Demand: The Case of the Island of Sal, Cape Verde. İçinde A. Abreu, D. Liberato, E. A. González ve J. C. Garcia Ojeda (Editörler), *Optimization, Learning Algorithms and Applications, Communications in Computer and Information Science* (ss. 498-508). Singapur: Springer.
- Newcomb, S. (1881). Note on the Frequency of Use of Different Digits in Natural Numbers, *American Journal of Mathematics*, 4 (1): 39-40.
- Nia, S. H. (2015). Financial Ratios between Fraudulent and Non-Fraudulent Firms: Evidence from Tehran Stock Exchange, *Journal of Accounting and Taxation*, 7 (3): 38-44.
- Nigrini, M. (2012). *Benford's Law: Applications for Forensic Accounting, Auditing, and Fraud Detection*. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Özçelik, H. ve Bayraktıoğlu S. (2016). Hileli Finansal Raporlama Tespitinde Benford Yasası: Perakende Sektöründe Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, CİEP Özel Sayısı: 128-139.
- Özevin, O., Yücel, R. ve Öncü, M. A. (2020). Fraud Detecting with Benford's Law: An Alternative Approach with BDS and Critic Values, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22 (1): 107-126.
- Pearson, Karl (1900), On a Criterion That a Given System of Deviations From the Probable in the Case of a Correlated System of Variables Is Such That It Can Be Reasonably Supposed to Have Arisen From Random Sampling, *Philosophical Magazine*, 5 (50): 157-175.
- Pupokusumo, A.W., Handoko, B.L, Willy, Ricky ve Hendra, E. (2022). Benford's Law as a Tool In Detecting Financial Statement Fraud, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 100 (14): 5300-5305.
- Shrestha, A. (2016). Validity of Financial Statements: Benford's Law, Indiana, United States, <https://www.overleaf.com/>, Erişim tarihi: 20 Ekim 2023.



Singleton, T. W. (2011). Understanding and Applying Benford's Law, <https://www.isaca.org/resources/isaca-journal/past-issues/2011/understanding-and-applying-benford-s-law>, Erişim tarihi: 20 Ekim 2023.

Uyar, A. ve Uzuner, M.T. (2016). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Futbol Kulüplerinin Konsolide Bilançolarına Benford Yasasının Uygulanması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (42): 1699-1703.

Uzuner, M. (2014). Benford Yasasının Borsa İstanbul'da İşlem Gören Bankaların Konsolide Bilançolarına Uygulanması, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 5 (10): 73-82.

Yanık, R. ve Samancı, T.H. (2013). Benford Kanunu ve Muha-sebe Verilerinde Uygulanmasına Ait Kamu Sektöründe Bir Uygulama, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enst-tüsü Dergisi*, 17 (1): 335-348.



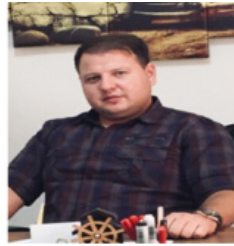
Erđiñ KARADENİZ

Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1999). Yüksek lisans derecesini Mersin Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan (2003), doktora derecesini de Çukurova Üniversitesi'nden İşletme Anabilim Dalı Finans Bilim Dalı'ndan aldı (2008). Mersin Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2000). Doçentlik unvanını Finans Bilim alanında aldı (2014). Profesörlüğe Mersin Üniversitesi'nde yükseltildi (2020). Halen Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; finansal yönetim, finansal analiz, değerleme, sermaye bütçelemesi, finansal risk yönetimi ve menkul kıymet analizidir.



Ömer İSKENDEROĞLU

Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İngilizce İktisat Bölümü'nden mezun oldu (1999). Yüksek lisans derecesini Çukurova Üniversitesi'nden İşletme Anabilim Dalı'nda tamamladı (2002). Doktora derecesini de yine Çukurova Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı'nda, Finans alanında aldı (2008). Kariyeri sürecinde ilk olarak Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2000). Ardından Niğe Ömer Halisdemir Üniversitesi'nde Yrd. Doç. Dr. Olarak çalışmaya başladı (2008). Doçentlik unvanını Finans Bilim alanında aldı (2012). Niğe Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü'nde Profesör oldu (2018). Halen Niğe Ömer Halisdemir Üniversitesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; finansal yönetim, portföy yönetimi, finansal analiz, sermaye piyasaları, finansal risk yönetimi ve menkul kıymet analizidir.



Nazif AYYILDIZ

Bozok Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu (2011). Yüksek lisans derecesini Niğe Ömer Halisdemir Üniversitesi'nden İşletme Anabilim Dalı'ndan (2013), doktora derecesini de Niğe Ömer Halisdemir Üniversitesi'nden İşletme Anabilim Dalı Muha-sebe ve Finans Bilim Dalı'ndan aldı (2023). Harran Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2014). Halen Harran Üniversitesi Suruç Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; finansal yönetim, sermaye yapısı, finansal analiz ve makine öğrenmesidir.

## Rehberli Turlarda Rehber-Turist Etkileşimi: Bir Katılımcı Gözlem Araştırması\*

*Guide-to-Tourist Interaction in Guided Tours: A Participant Observation Research*

Serpil KESKİN PULLUK\*\*, Serhat Adem SOP\*\*\*

\*\* (Sorumlu yazar) Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Niksar Meslek Yüksekokulu, 60600, Tokat.

E-posta: serpil.pulluk@gop.edu.tr

ORCID NO: 0000-0002-4546-7806

\*\*\* Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 15030, Burdur.

E-posta: serhatademsop@gmail.com

ORCID NO: 0000-0001-9096-9496

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 1 Şubat 2024

Birinci düzeltme: 25 Mart 2024

Kabul: 17 Nisan 2024

#### Anahtar sözcükler:

Sosyal etkileşim, Rehberli turlar,  
Rehber-turist etkileşimi, İzlenim yönetimi,  
Katılımcı gözlem.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 1 February 2024

Resubmitted: 25 March 2024

Accepted: 17 April 2024

#### Key words:

Social interaction, Guided tours,  
Guide-to-tourist interaction,  
Impression management, Participant  
observation.

### ÖZ

Bu araştırmada, rehberli turlarda temel hizmet sağlayıcı olan profesyonel turist rehberi ile tura katılan turistler arasındaki sosyal etkileşimin nasıl gerçekleştiğini keşfetmek ve rehberin bu süreçte uyguladığı izlenim yönetimi tekniklerini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Nitel araştırma yaklaşımı benimsenerek, dört günlük bir Karadeniz turundan katılımcı gözlem tekniğiyle veri toplanmıştır. Katılımcı gözlem sürecindeki saha notları içerik analiziyle çözümlenmiştir. Rehber-turist etkileşiminin detaylı şekilde açıklanabilmesi için verilerden alt kategoriler ve kategoriler oluşturulmuş; rehber kaynaklı etkileşim ve turist kaynaklı etkileşim olmak üzere iki tema ortaya çıkarılmıştır. Bu çerçevede rehber-turist etkileşiminin ilk izlenim yoluyla, anlatım yoluyla, otoriter davranış yoluyla, uyumlu davranış yoluyla, birebir iletişim yoluyla, agresif davranış yoluyla ve tek taraflı etkileşim yoluyla gerçekleştiği belirlenmiştir. Ayrıca, rehberin tur sürecinde kullandığı izlenim yönetimi tekniklerinin kendini sevdirmeye, örnek olma, kendini övme/niteliklerini tanıtmaya ve yıldırma/gözdağı verme olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuçlar sosyal etkileşim teorisi bağlamında yorumlanmış, araştırmanın teorik ve pratik katkıları tartışılmıştır.

### ABSTRACT

This research aims to discover how the social interaction between the professional tourist guide, who is the primary service provider in guided tours, and the tourists participating in the tour occurs and to reveal the impression management techniques applied by the tourist guide in this process. Following the qualitative research approach, data was collected from a four-day Black Sea region tour using participant observation. The field notes obtained during the participant observation were subjected to content analysis. Subcategories and categories were created from the data to explain the tour guide-tourist interaction in detail. In the next stage, two themes were revealed: guide-based interaction and tourist-based interaction. In this context, it has been revealed that guide-tourist interaction occurs through first impression, expression, authoritarian behavior, compliant behavior, one-to-one communication, aggressive behavior, and one-sided interaction. In addition, it was concluded that the impression management techniques used by the guide during the tour were ingratiation, exemplification, self-promotion, and intimidation. The results were interpreted in the context of social interaction theory, and the theoretical and practical contributions of the research were discussed.

#### Makalenin kaynak gösterme şekli:

Keskin Pulluk, S. - Sop, S. A. (2024). Rehberli Turlarda Rehber-Turist Etkileşimi: Bir Katılımcı Gözlem Araştırması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35 (1): 42 - 59.

\* Bu çalışma; Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında, Doç. Dr. Serhat Adem SOP'un danışmanlığında yazılan "Rehberli Turlarda Sosyal Etkileşimin Katılımcı Gözlem Yoluyla İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

## GİRİŞ

Turizm faaliyeti gerek hizmet karşılaşmalarında gerekse bireyler arası iletişim sürecinde sosyal etkileşimin yaşandığı bir ortam sağlamaktadır.

Sharples'in (2014: 38) turizmi "*insanların başka yerlerle ve diğer insanlarla etkileşime girmesi, kendilerinin veya ev sahibi topluluğun tutumlarını, beklentilerini, görüşlerini ve nihayetinde yaşam tarzlarını etkileyebilecek deneyimler yaşamasıyla ilgilidir*" şeklinde yorumlaması, turizmin ne denli sosyal etkileşime dayalı bir faaliyet olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, turistlerin hizmet deneyimini etkileyen hizmet karşılaşmalarında yerel halk, hizmet sağlayıcılar, seyahat arkadaşları ve diğer turistler gibi birden fazla aktör ile etkileşime girmeleri beklenmektedir (Choo ve Petrick 2014). Bu etkileşimler ise turistlerin buldukları ortamdaki davranışları, deneyimleri ve destinasyonlara yönelik değerlendirmeleri üzerinde etkili olmaktadır (Su ve Wall 2010).

Turistlerin destinasyondaki hizmet sağlayıcılarla olan kişisel etkileşimi, hizmet deneyimlerini etkileyen kritik bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Güler ve Çakıcı 2020). Bir destinasyonun ilgi çekici noktaları ve kültürü hakkındaki bilgi ve yorumları aktaran turist rehberleri ise iletişim ve hizmet becerileri sayesinde turistlerin ziyaretini bir turdan kapsamlı bir deneyime dönüştürme becerisine sahiptir. Turist ağırlayan bir destinasyon ile ziyaretçileri arasındaki temel arayüz olan turist rehberleri, turistlerin genel izlenimlerinden ve memnuniyet düzeylerinden büyük ölçüde sorumlu olan hizmet sağlayıcılardır (Ap ve Wong 2001). Dolayısıyla turist rehberleri, destinasyonlar ile turistler arasındaki araçlardır (Weiler ve Walker 2014) ve turistlere "gerçek anı" yaşatarak tur programlarının başarısını şekillendirmektedirler (Zhang ve Chow 2004). Tur sürecinde rehberler, sosyal davranış ve etkileşimler bağlamında bir rol model olmaktadır (Weiler ve Yu 2007). Tur bittikten sonra, evlerine dönen turistler hediyelik eşyalardan daha fazlasını beraberinde götürmüş olurlar. Başka diyarların hikâyelerini, kendilerine hatıra kalan resimleri ve turda kurulan bağlara yönelik anıları taşımaya devam ederler (Torres 2016). Bu kapsamda, profesyonel turist rehberleri ile turistler arasındaki etkileşimin oldukça önemli bir sosyal olgu olarak yorumlanması gerekmektedir.

İlgili araştırmalar tur operasyonlarında yoğun sosyal etkileşimlerin yaşandığını (Yan ve

Ho 2017) ve rehberli turların yüksek etkileşimli bir hizmet türü olarak değerlendirildiğini göstermektedir (Zatori vd. 2018). Her ne kadar hizmet sağlayıcı-turist etkileşimini konu alan pek çok çalışmaya rastlansa da rehber-turist etkileşimine odaklanan çalışmaların oldukça sınırlı olması şaşırtıcıdır (Keskin Pulluk ve Sop 2022; Pu vd. 2023). Diğer taraftan rehber-turist etkileşiminde rehberin baskın bir aktör rolünde olması, tur kaynaklı sosyal etkileşim sürecinde rehberin farklı davranış tekniklerinden yararlanabileceğini göstermektedir. Daha açık bir ifadeyle, rehberin grubu yönetebilmek ve/veya olumlu bir imaj yaratabilmek için kendini sevdirmeye, örnek olma, kendini övme, acındırma veya gözdağı verme gibi izlenim yönetimi tekniklerine (Jones ve Pittman 1982) başvurması beklenebilir. Nitekim Chiang ve Chen (2014), rehberli turlarda uygulanan izlenim yönetimi tekniklerinin kişisel etkileşimin kalitesinde etkili olduğunu savunmaktadır. Dolayısıyla, Yan ve Ho'nun (2017) tur liderlerine yönelik çalışmasına benzer şekilde, rehber-turist etkileşimini daha iyi anlayabilmek için izlenim yönetiminin sosyal etkileşim sürecindeki rolü dikkate alınmalıdır. Ancak, rehber-turist etkileşimini konu alan sınırlı çalışmalarda bu yaklaşımın göz ardı edildiği görülmektedir. Bu nedenle, profesyonel turist rehberi ile turistler arasındaki etkileşimin doğasını açıklamaya yönelik büyük bir araştırma boşluğundan söz etmek mümkündür.

Buradan hareketle mevcut araştırmanın amacı, tur sürecinde temel hizmet sağlayıcı olan profesyonel turist rehberi ile turistler arasındaki sosyal etkileşimin nasıl gerçekleştiğini, rehberin uyguladığı izlenim yönetimi tekniklerini de tespit ederek çözümlenektir. Alanyazında benzer bir çalışmaya rastlanmadığından, sosyal etkileşim kuramı temelinde yürütülen bu araştırmanın hem teorik hem de pratik katkılar sunabilecek nitelikte olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın diğer bir özgün niteliği ise veri toplama sürecinde katılımcı gözlem tekniğinin uygulanmış olmasından kaynaklanmaktadır. Rehber-turist etkileşiminin araştırmacı tarafından bizzat fenomeni deneyimleyerek incelenmiş olması gelecek araştırmalar için yeni perspektifler sunmaktadır.

## ALANYAZIN TARAMASI VE ARAŞTIRMA SORULARI

Turizm olayında benzer düşüncelere sahip topluluklar şeklinde yapılanmış iki heterojen nüfusun karşılaşması ve etkileşimi söz konusudur (Bimonte ve Punzo 2007). Bu bağlamda etkileşim; *“turistler ve yerel halk arasında ilişki kurmanın bir yoludur ve bireylerin bir ilişkisinin gelişimini kolaylaştırmak için bilgi, duygu ve iletişim deneyimi alışverişinde bulunduğu bir değişim süreci”* olarak görülebilir (Tabaeeian vd. 2023: 409). Etkileşimler sözlü olabileceği gibi, yüz ifadeleri, beden dili gibi sözsüz olarak da gerçekleşebilir (Grove ve Fisk 1997). Adam vd.’ne (2020) göre turizmde taraflar arası etkileşim, iletişimin doğasına ve aktörlerden en az biri üzerindeki sonuçlarına bağlı olarak olumlu veya olumsuz olabilir. Etkileşim deneyimleri zenginleştirdiğinde olumlu, deneyimlere zarar verdiğinde ise olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilir (Adam vd. 2020). Dolayısıyla kişiler arası etkileşim, sosyal temas algısını şekillendiren bir özellik taşımaktadır (Allport 1979).

Kişiler arası etkileşim bir anlamda sosyal etkileşim olarak da yorumlanabilir. Ancak sosyal etkileşimi kapsamlı olarak yorumlayabilmek için güçlü bir teorik yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır (Sop vd. 2023). İlgili alanyazın sosyal etkileşim üzerine teori üretme çabalarının II. Dünya Savaşı’ndan sonra başladığını göstermektedir (Pettigrew 1998). Sosyal etkileşim teorisinin ise ilk olarak Allport (1954) tarafından ortaya atıldığı ve ABD’deki farklı ırksal ve etnik gruplar arasındaki sosyal etkileşimi ve bunların karşılıklı düşmanlıklarını incelemek için kullanıldığı bilinmektedir (Li ve Wang 2020). Sosyal etkileşim teorisi, sosyal temas teorisi olarak da adlandırılmaktadır (Bai ve Chang 2023). Bu teori, farklı gruplar arasındaki temasın, belirli koşullar karşılandığı sürece olumlu tutum değişikliğine neden olduğunu ve önyargıyı azalttığını öne sürmektedir (Allport 1979). Bu koşullar ise gruplar arasında eşit statü, ortak hedefler, gruplar arası iş birliğinin varlığı ve dış güçlerden kabul görme durumu olarak ifade edilmektedir (Pettigrew 1998).

Sosyal etkileşim teorisi, psikoloji ve sosyoloji çalışmalarında gruplar arası ilişkileri açıklamak için en uygun yaklaşımlardan biri olarak kabul

görmüştür (Fan vd. 2017). Turizm olayında da farklı sosyal gruplar arasında etkileşim yaşandığından, turizm ekseninde yaşanan etkileşim sürecini anlamlandırabilmek için yine sosyal etkileşim teorisinden yararlanılabilmektedir (Sop vd. 2023). Diğer bir ifadeyle bu teori, farklı sosyo-ekonomik ve kültürel geçmişe sahip yerel halk ve turistlerin hizmet karşılaşması sürecinde etkileşime girdiği hizmet sektörü bağlamında da etkilidir. Nitekim hizmet sektörünün farklı etnik, sosyal ve ekonomik geçmişe sahip gruplar veya kişiler arasında etkileşimli ortamlar yarattığı bir gerçektir (Reisinger ve Turner 2003) ve artan etkileşim düzeyi sayesinde gruplar arası algılar ve tutumlar iyileştirilebilmektedir (Pettigrew ve Tropp 2006). Bu nedenle, turizm araştırmalarında farklı kültürel geçmişe sahip turistler ve yerel sakinler arasındaki olumsuz fenomenlerin nasıl azaltılabileceğine açıklık getirmek için sosyal etkileşim teorisinden yararlanıldığı görülmektedir (Joo vd. 2018).

Turizm olayının merkezinde hizmet karşılaşmalarına dayalı etkileşimler yer almaktadır (Wu 2007). Dolayısıyla, turizmde hizmet karşılaşmaları yerel halk, turist ve bunların karşılıklı ilişkilerini içermektedir (Liu-Lastres ve Cahyanto 2021). Bu kapsamda Choo ve Petrick (2014) turizm alanında turistlerle etkileşime geçen dört tür grup tanımlamaktadır: Bölge sakinleri, diğer turistler, hizmet sağlayıcılar ve refakatçi turistler. Pearce (2005) ise turizmde turist-yerel topluluk, turist-hizmet sağlayıcı ve turist-turist olmak üzere üç tür sosyal etkileşime dikkat çekmektedir. Bu çerçevede konaklama hizmetleri (Solnet 2007; Prayag ve Ryan 2012; Alnawas ve Brown 2019; Islam ve Kirillova 2020; Dikmen ve Avan 2020; Sop vd. 2023), yiyecek-içecek hizmetleri (Wu ve Liang 2009; Lin ve Mattila 2010; Gazzoli, Hancer ve Kim 2013), Airbnb konaklamaları (Farmaki ve Stergiou 2019; Ruan 2020; Xue, Leung ve Ma 2022), gemi seyahatleri (Huang ve Hsu 2010; Jarvis, Weeden, Ladkin ve Taylor 2022) gibi farklı hizmetler ve süreçler bağlamında etkileşimi konu alan çalışmalara rastlanabilmektedir.

Turist rehberleri, otel yetkilileri, satış temsilcileri, mağaza asistanları, taksi şoförleri, havayolu çalışanları gibi daha birçok hizmet sektörü çalı-



şanı birer hizmet sağlayıcı olarak turistlerin geliştirdiği toplam algıya katkıda bulunmaktadır (Reisinger ve Turner 1998). Bunlar arasından turist rehberleri, destinasyonlar ile turistler arasındaki en önemli aracı (Weiler ve Walker 2014) ve değerli bir turizm paydaşı olarak kabul edilmektedir (Pu vd. 2023). Zira turist rehberlerinin turizm deneyiminde önemli sorumlulukları vardır ve aynı anda birden fazla paydaşa hitap etmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda ziyaretçilerin, işverenlerin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılamak için birbiriyle rekabet eden rolleri de bulunmaktadır. Ziyaretçiler, kendi güvenlik ve sağlıklarının öncelikli olmasının yanında, keyifli bir seyahat deneyimi beklemektedirler (Weiler ve Ham 2002). İşverenler ise rehberden ziyaretçilere yüksek kalitede hizmet sunmasını ve seyahat planını ve deneyimini sadece ziyaretçi memnuniyetine yönelik değil, aynı zamanda işletmenin kâr marjını da üst düzeye çıkaracak şekilde yönetmesini beklemektedir (Cohen 1985; Weiler ve Ham 2002). Bazı destinasyonlar veya topluluklar ise rehberlerin turlarını sorumlu ve etik bir şekilde yürütmelerini isteyebilmektedir (Weiler ve Ham 2002).

Farklı rol ve sorumlulukları, turist rehberlerinin turizm sektörünün en önemli oyuncularından biri olduğunu göstermektedir (Ap ve Wong 2001). Turist rehberlerinin, problemleri turiste yansıtmadan çözme becerisi olan, tur boyu elçi, lider, tur yöneticisi/temsilcisi ve transfer elemanı gibi farklı görev ve rollerde de yer alan etkin kişiler oldukları söylenebilir (Yarcan 2007). Ayrıca, turist rehberleri hizmet karşılaşmalarında sosyal davranış ve etkileşimler bağlamında bir rol model olarak algılanmaktadırlar (Weiler ve Yu 2007). Her ne kadar hizmet sağlayıcı-turist etkileşimini konu alan çok sayıda çalışmaya rastlansa da bunlar arasında turist rehberleri ile turistler arasındaki etkileşimi konu alan çalışmalar oldukça sınırlıdır (Keskin Pulluk ve Sop 2022; Pu vd. 2023). Bu durum rehber-turist etkileşiminin kapsamlı olarak açıklanamadığını ortaya koymaktadır. Hem alanyazındaki bu boşluğun doldurulması hem de rehberli tur sürecindeki sosyal etkileşimin çözümlenebilmesi için mevcut

çalışmanın ilk araştırma sorusu aşağıdaki gibi geliştirilmiştir:

*S1: Rehberli turlarda rehber-turist etkileşimi nasıl gerçekleşmektedir ve etkileşim sürecini şekillendiren davranışlar nelerdir?*

Sosyolog Erving Goffman (1959), "*The Presentation of Self in Every Day Life*" adlı kitabında bireylerin sosyal düzendeki yerini tanımlama, etkileşimlerinin tonunu ve yönünü belirleme ve davranışların performansını destekleme bakımından izlenim yönetiminin önemini tartışmıştır. Diğer bir deyişle, sosyal gerçekliğin inşasında kişisel sunumun oynadığı role açıklık getirmiştir (Leary ve Kowalski 1990). Çünkü, izlenim yönetimi ile birey, kendisi hakkında olumlu bir imaj oluşturmayı veya genel olarak olumlu algılanmayı sağlayabilmektedir (Liden ve Mitchell 1988). Goffman'a göre (1959) sosyal etkileşim içindeki kişiler "aktör" olarak performanslarına eldeki "izleyicilerin" özelliklerine ve durumlarına bağlı olarak yön verirler. Dolayısıyla bireyler hem durumlar hem de izleyicilerle olan etkileşimleri yoluyla kendilerini konumlandırarak, arzu ettikleri sonuçlara ulaşabilmektedir (Bozeman ve Kacmar 1997). İzlenim yönetimi yoluyla insanlar, başkalarının onları nasıl algılayacağını, değerlendireceğini ve kendilerine nasıl davranacağını kontrol etmeye çalışabilir ve kendi kimliklerine ilişkin kişisel algıları şekillendirebilirler (Schlenker 1980).

İzlenim yönetiminin kişilerarası etkileşim sırasında ortaya çıkan dinamik bir süreç olduğu bilinmektedir (Leary ve Kowalski 1990; Drory ve Zaidman 2007). Bu kavram, bir kişinin başkaları tarafından o kişiye ilişkin oluşturulan izlenimleri kontrol etme veya manipüle etme amacı taşıyan davranışlarını ifade etmektedir. İzlenim yönetimine ilişkin alanyazın, bireylerin kişilerarası prestijlerini artırmak için kullandıkları çeşitli teknikleri ortaya koymaktadır. Bireylerin kendilerini saygı görmeye değer yeteneklere ve özelliklere sahip olduklarını ifade edecek şekilde sunmaları çok yaygın ve normal bir insani eğilimdir (Tedeschi ve Riess 1981).

İzlenim yönetimi perspektifinden bakıldığında, bir turist rehberinin turistlerle olan etkileşiminde grup üzerinde olumlu imaj oluşturmaya çalışan aktif bir aktör rolünde olduğu söylene-



bilir. Bu durum rehberin etkileşim sürecinde çeşitli amaçlarla (grubu kontrol altında tutma, imaj yönetimi vb.) izlenim yönetimi tekniklerinden yararlanabileceğini göstermektedir. Chiang ve Chen (2014) rehberli turlarda uygulanan izlenim yönetimi tekniklerinin kişisel etkileşimin kalitesinde etkili olduğunu savunmaktadır. Ancak, izlenim yönetiminin turizm araştırmalarında halen göz ardı edilen bir konu olduğu anlaşılmaktadır (Zhu ve Xu 2021). Bu bağlamda izlenim yönetimi, bir kişinin, başkaları tarafından o kişiye ilişkin oluşturulan izlenimleri kontrol etme veya manipüle etme amacı taşıyan davranışlarını ifade etmektedir (Tedeschi ve Riess 1981).

İlgili alanyazın bireylerin kullandıkları çeşitli izlenim yönetimi tekniklerine işaret etmektedir (Wayne ve Liden 1995). Özellikle etkileşim sürecinde bireyin "kendini sevdirmeye" odaklı davranışları, birçok araştırmacı tarafından yaygın bir izlenim yönetimi tekniği olarak kabul edilmiştir (Liden ve Mitchell 1988). Bu kapsamda kendini sevdirmeye yaklaşımı "bireylerin başkalarının gözünde çekiciliğini artırma girişimi" olarak tanımlanmaktadır (Liden ve Mitchell 1988: 572). Tedeschi

ve Melburg (1984), bireylerin kendini sevdirmeye yaklaşımına neden olan ihtiyaçların "saldırgan" ve "savunmacı" ihtiyaçlar olmak üzere ikiye ayrıldığını öne sürmektedir. Bireylerin olumsuz geri bildirim ve eleştiriler karşısında savunma tekniklerini, kendini sevdirmeye ve olumlu değerlendirilme gereksinimi duyduğunda ise saldırgan teknikler uyguladığı belirtilmektedir. Savunma teknikleri özünde kişinin imajını ve benlik saygısını korumayı amaçlarken, saldırgan teknikler ise hedef birey/kitle üzerinde olumlu ve cazip izlenimler yaratmayı amaçlamaktadır (Tedeschi ve Melburg 1984'ten akt. Liden ve Mitchell 1988: 575). Jones ve Pittman (1982) ise kendini sevdirmeye tekniğine ilave olarak, aktörün kendisi hakkında yaratmak istediği izlenimler açısından farklı teknikler kullanabileceğini de öne sürmüştür (bkz. Tablo 1).

Örgütsel davranış, kurumsal ve kişisel imaj geliştirme ve turist-hizmet sağlayıcı etkileşimi gibi pek çok alandan akademik çalışmalarda izlenim yönetimi yaklaşımına rastlamak mümkündür. Örneğin, iş görüşmelerinde (Stevens ve Kristof 1995), örgütlerde izlenim yönetimi modellerinin

Tablo 1. İzlenim Yönetiminde Uygulanabilecek Teknikler

<i>İzlenim Yönetimi Teknikleri</i>	<i>Açıklama</i>
Kendini sevdirmeye	Aktör, hedefin kendisine olan beğenisini etkilemekle ilgilenir ve bu teknik ile hedefin kendisine destek sağlamaya teşvik edileceğini umar.
Yıldırma/gözdağı verme	Aktör, hedefe rahatsızlık verebilecek güce sahip olduğu izlenimiyle kendisini tehlikeli/güçlü biri olduğuna inandırmaya çalışır. Yıldırma, hedefin aktörün taleplerine ve beklentilerine uyma olasılığını artırmak için kişinin tehditlerinin yaptırımını artırmak üzere tasarlanmış bir tekniktir.
Kendini övme/niteliklerini tanıtmaya	Aktör, genellikle zekâ, özel bir yetenek veya atletik beceri gibi belirli bir alana yönelik beceri ve niteliklerini ortaya çıkararak kişisel çekiciliğini artırmaya çalışır.
Örnek olma	Aktör, dürüst, mütevazı ve ahlaki yönüyle rol model olarak hedef birey/kitle tarafından saygı görmeyi ve takdir edilmeyi amaçlar.
Kendine acındırma/yardım isteme	Aktör, bir konudaki zayıflığını veya bağımlılığını vurgulayarak, diğer bireylerden yardım ister.

Kaynak: Jones ve Pittman (1982: 235-248) incelenerek oluşturulmuştur.

oluşturulmasında (Bozeman ve Kacmar 1997), tur liderlerinin imaj oluşturmalarında (Chiang ve Chen 2014; Yan ve Ho 2017), restoran müşterilerinin bahşış tercihlerini anlamada (Kakkar ve Li 2022), sosyal medya ve çevrim içi fotoğraflara yönelik yorumlamalarda (Lo ve McKercher 2015) izlenim yönetimi dikkate alınmaktadır. Zhu ve Xu (2021) ise rehberli tur ortamını hareketli bir sahnede tarafların karşılıklı etkileşime girmesi şeklinde yorumlayarak, rehberlerin tur esnasında çoklu rolleri olduğuna açıklık getirmiştir. İlgili çalışmada, turist rehberlerinin yerel ve kültürel tercümanlar olarak turistlere güvenilir ve otoriter izlenim verdikleri, aynı zamanda bir alışveriş komisyoncusu olarak çelişkili rollerini gizledikleri bulunmuştur. Kalyoncu ve Yuksek (2017), turist rehberlerinin turlarda kullandıkları izlenim yönetimi tekniklerinin tek başına kişisel etkileşim kalitesini etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Rehber-turist etkileşimini kapsamlı olarak açıklamayı amaçlayan bu çalışmada da aktör rolündeki rehberin etkileşim sürecinde hangi izlenim yönetimi tekniklerini uyguladığına odaklanmakta fayda görülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorusuna yanıt aranmaktadır:

S2: *Rehber-turist etkileşimi sürecinde turist rehberi hangi izlenim yönetimi tekniklerine başvurmaktadır?*

## YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden katılımcı gözlem tekniği kullanılmıştır. Katılımcı gözlem tekniği, doğal konuşmalar, röportajlar, kontrol listeleri, anketler ve belirli konumlara veya davranışlara odaklanma dahil katılımcıları rahatsız etmeyen yöntemleri içermektedir (DeWalt ve DeWalt 2011). Torres (2016: 2134) katılımcı gözlemi, *“bir araştırmacının, bir grup insanın günlük faaliyetlerine, ritüellerine, etkileşimlerine ve olaylarına, onların yaşam rutinlerinin ve kültürlerinin açık ve örtük yönlerini öğrenme aracı olarak katıldığı bir yöntem”* olarak tanımlamaktadır. Bowie ve Chang (2005) ise bir araştırmacının üzerinde araştırma yaptığı kişilerle etkileşime girmesine imkân veren ve onlarla arasındaki mesafeyi en aza indiren bir teknik olarak ifade etmektedir.

Gold (1958), araştırmacının sosyal bir ortamda gözlem yaparken alabileceği duruşa göre bir sı-

nıflandırma yapmaktadır. Bunlar; tam katılımcı duruşu, gözlemci olarak katılımcı duruşu, katılımcı olarak gözlemci duruşu ve tam gözlemci duruşudur (Gold 1958). Bu sınıflandırmadan tam katılımcı duruşunda, araştırmacı incelenen grubun bir üyesi konumundadır. Grup üyelerinin bilgisi dışında ortama ve grup üyelerini incelemeye dahil olmaktadır. Grup üyeleri gözlemlendiklerinin farkında olmamakla birlikte, araştırmacı grubun normal aktivitesini bozmamak için araştırmacı rolünü gruptan gizlemektedir (Gold 1958). Sosyal etkileşimin doğasını anlayabilmek için bu çalışmada tam katılımcı duruşuyla gözlem yapılmasına karar verilmiştir. Katılımcı gözlem tekniğinin seçilmesinin nedeni ise sosyal etkileşimin yoğun olarak yaşandığı rehberli turlarda verilerin en doğal ve tarafsız şekilde gözlem yoluyla incelenebileceğinin öngörülmesi olmuştur. Nitekim, katılımcı gözlem tekniği rehberli turlar ve turist rehberliğine ilişkin geçmişteki bazı çalışmalarda da kullanılmıştır (Holloway 1981; Dahles 2002; Seaton 2002; Lugosi ve Bray 2008). Örneğin, Acar ve Tanrısevdi (2019) katılımcı gözlem yoluyla Kuşadası'nı ziyaret eden rehberli gezilerde İranlıların turist davranışlarını incelemiş, pazarlık ve alışveriş davranışları ve turda diğer turistler ve yerel satıcılarla olan etkileşim eğilimlerine yönelik veri toplamıştır. Acar ve Tanrısevdi (2021) ise Türkiye'yi ziyaret eden bir Güney Koreli turist grubunun paket turda sergiledikleri alışveriş, pazarlık, bahşış gibi turist davranışlarını ve birbirleriyle olan etkileşimlerini katılımcı gözlem yoluyla incelemiştir.

Katılımcı gözlem verileri, birinci yazar rolündeki araştırmacı tarafından 07 Eylül 2022 – 12 Eylül 2022 tarih aralığında üç gece dört günlük bir Karadeniz turunda toplanmıştır. Söz konusu tur Türkçe ve yerli tur grubuyla gerçekleşmiştir. Araştırmacı, tur boyunca “turist” kimliğinde ve “tam katılımcı” duruşuyla (Gold 1958) rehber-turist etkileşimine odaklanarak saha notlarını üretmiştir. Araştırmacının kendisi eylemli profesyonel turist rehberidir. Dolayısıyla, rehber-turist etkileşimini gözlemleyebilecek niteliğe sahiptir. Araştırmacı tur boyunca önden ikinci sırada, koridor tarafı koltukta seyahat etmiştir. Tur otobüsünde birlikte seyahat edilen 41 yetişkin turist ve biri erkek diğeri kadın iki turist rehberi olmak

üzere 43 kişi gözlemlenmiştir. Turistlerin 25'i kadın, 16'sı erkektir. Ayrıca, turda aileleriyle birlikte seyahat eden bir bebek ve üç yaşında bir çocuk da yer almıştır.

Araştırmacı tur boyunca fiziksel olarak içinde bulunduğu ortamlar ile gördüğü, duyduğu ve diğer turistlerden doğrudan aldığı bilgiler çerçevesinde saha notlarını bir cep ajandasına kaydetmiştir. Gözlem verilerinin bir kısmını gün içinde turistlerin dikkatini çekmeyecek noktalarda ve ihtiyaç molaları sırasında cep ajandasına not etmiştir. Turda her akşam otele giriş yapıldıktan sonra, Seaton'un (2002) önerdiği gibi, gözlem verileri cep ajandası üzerinde detaylandırılmıştır. Saha notları cep ajandasında birinci gün, ikinci gün, üçüncü gün ve dördüncü gün notları şeklinde tutulmuştur. Araştırmacı turu tek kişi konaklamalı paket üzerinden satın aldığından, gözlem

kayıtları her akşam rahat bir otel odası ortamında tutulabilmiştir. Araştırmacı turistleri birebir tanıdıkça onları tanımlayan kısa notlar almış, tur otobüsünde hangi koltukta kimin seyahat etmekte olduğuna yönelik bir otobüs planı çizmiştir. Bu çizim üzerinde katılımcılara K1, K2, K3 gibi sıra numarası vererek kodlama yapmıştır. Böylece, gözlem notlarına/olaylarına ilişkin bulguların katılımcı-olay eşleştirmesi üzerinden güvenilir bir şekilde ortaya çıkarılması mümkün olmuştur.

Araştırmacı nitelikli gözlemler elde etmek için bazı önlemler almıştır. Gözlem verilerinin bir kısmını gün içinde anahtar kelimeler hâlinde, bir kısmını ise (gözlemlenen durumla ilişkili bazı cümle ve ifadelerin doğrudan kaydedilmesi) cep ajandasına doğrudan not almıştır. Aynı zamanda araştırmacı, gezi noktalarında tur ortamını fotoğrafıyarak kayıtlarının güvenilirliğini korumayı

Tablo 2. Geçerlik ve Güvenirliliği Sağlamak için Uygulanan Ölçüt ve İşlemler

Ölçüt	Yapılan İşlem
Geçerlik ve Güvenirlik	Araştırma verilerinin tur boyunca grup olarak bulunulan çeşitli ortamlarda, tüm tur katılımcılarının ve rehberlerin araştırmadan haberdar olmadığı doğal tur koşullarında elde edilmesi araştırmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini desteklemektedir.
Aktarılabirlik	Araştırmada ulaşılan sonuçların başka rehberli turlarda da gözlemlenme olasılığının bulunması araştırmanın aktarılabirliğini desteklemektedir.
Güvenilebilirlik	Farklı turistler ile turist rehberleri arasındaki etkileşimlerin çözümlenmesi sonucunda alt kategoriler, kategoriler ve temalar belirlenmiştir. Bu bulgular tablo haline getirilmiştir. Bulgular yorumlanırken, gözlemlenen bireylerin cümleleri, beden dili ve davranışları doğrudan alıntılarla araştırma metnine aktarılmıştır. Bu yaklaşım, araştırmanın güvenilebilirliğini desteklemektedir.
Uygunluk	Gözlem yapan araştırmacı aynı zamanda bir profesyonel turist rehberidir. Katılımcı gözlem yoluyla doğrudan gözlemde bulunmuş ve saha notlarını üretmiştir. Saha notlarını elektronik ortama aktaran kişi de kendisidir. Saha notlarının elektronik ortama aktarılmasının ardından araştırmacı veri analizi yaparken tüm saha notlarını üç kez okumuştur. Ardından araştırmanın verileri, ikinci yazar olan araştırmacının incelemesi için hazır hâle getirilmiştir. Uzman araştırmacının saha verilerini ve araştırmacının çıkarımlarını incelemesinin ardından iki araştırmacı bir araya gelerek değerlendirmeler yapmıştır. Bu yöntemle kodlamanın iç tutarlılığı sağlanmış ve uzman araştırmacı incelemesi beraberinde ön yargıların önüne geçilmiştir. Tüm bu koşullar araştırmanın uygunluğunu desteklemektedir.

Kaynak: Decrop (2004), Torres (2015), Yin (2015), Günaydın ve Kozak (2022) ve Sop vd. (2023) incelenerek oluşturulmuştur.

hedeflemiştir. Araştırmacının tur grubuyla birlikte gözlem yaptığı toplam zaman aralığı 62 saat 45 dakika olmuştur. Araştırmacının uyku saatleri ve otel odasında geçirdiği zaman aralıkları ise bu zaman dilimine dahil değildir (Torres 2015).

Tur bitimini takip eden iki haftalık süreçte saha notları bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Turda görev alan turist rehberleri ile turistler arasındaki etkileşime yönelik olaylar Gözlem 1 (G1), G2, G3 gibi kodlanarak veri analizine uygun hâle getirilmiştir. Veri analizinde ise Toker'in (2022) de benzer araştırmalar için önerdiği içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan ve belirli kurallar çerçevesinde temaların oluşturulduğu bir tekniktir (Apak ve Gürbüz 2022). Bu analiz toplanan verilerin derinlemesine çözümlenmesini gerektirir ve önceden belli olmayan kavram ve temaların ortaya çıkarılmasına imkân verir. Betimsel analize kıyasla daha derinlemesine bir çözümleme gerektirmektedir. Bu araştırmada da Akbulut'un (2012) önerdiği gibi, ilk olarak veriler kodlanmış, ardından temalar ortaya çıkarılmış ve bulgular yorumlanmıştır. Kodlama sürecinde temalara ulaşmak için yinelenen fikir ve kavram kalıplarını bulmak üzere gözlem notları incelenmiş ve metinde yer alan bir dizi fikir ve sözcük tek bir kavramda ya da ilgili kavramlar çerçevesinde gruplandırılmıştır (Torres 2016: 2146). Veri toplama ve çözümleme süreçlerinin geçerli ve güvenilir şekilde yürütülmesi için alanyazında önerilen ölçütler dikkate alınmış ve her ölçütü karşılamak için bir dizi işlem gerçekleştirilmiştir (Sop vd. 2023). Bunlar Tablo 2'de açıklanmıştır.

## BULGULAR

Tur boyunca elde edilen ve bilgisayar ortamına aktarılan gözlem notları içerik analizi ile çözümlenmiştir. İçerik analizinin sonucunda, rehber-turist etkileşiminin detaylı şekilde açıklanabilmesi için alt kategoriler oluşturulmuştur. Ardından, alt kategorileri temsil eden kategoriler yorumlanmıştır. Son olarak, rehber-turist etkileşimine yönelik temalar ortaya çıkarılmıştır. Katılımcı gözlem sürecinde ve buradan elde edilen veriler çözümlendiğinde rehber-turist etkileşiminin iki

yönlü olduğu anlaşılmıştır. Bu kapsamda içerik analizi, *rehber kaynaklı etkileşim* ve *turist kaynaklı etkileşim* olmak üzere iki tema çerçevesinde şekillenmiştir. Tablo 3'te de görüldüğü üzere, etkileşim sürecinde her iki kaynak da gerek sözlü gerekse sözsüz iletişimden yararlanmıştır. Gözlem notlarının bu eksende çözümlenmesiyle ulaşılan bulgular *alt kategoriler* olarak yorumlanmıştır. Rehberin ve turistlerin etkileşim sürecindeki bu davranışları arasındaki bağlantılar dikkate alınarak kategoriler ortaya çıkarılmıştır. Ulaşılan kategoriler rehber-turist etkileşiminin *ilk izlenim yoluyla*, *anlatım yoluyla*, *otoriter davranış yoluyla*, *uyumlu davranış yoluyla*, *birebir iletişim yoluyla*, *agresif davranış yoluyla* ve *tek taraflı etkileşim yoluyla* gerçekleştiğini ortaya çıkarmıştır.

Tur sürecinde rehberin turistlerle göz teması kurması, etkin bir beden dili kullanması ve kendisini gruba sevdirmeye çalışması *ilk izlenim yoluyla etkileşimin* gerçekleştiğini göstermektedir. Turistlerin rehberde olumlu bir izlenim bırakacak davranışlar sergilemeleri ise turist kaynaklı etkileşimde de ilk izlenim yoluyla etkileşimin varlığına işaretler. Nitekim ulaşılan bulgular turistlerin rehberle ilgi gösterdiklerini, anlatılara gülerek ve şakalaşarak olumlu tepki verdiklerini, rehberden memnun olduklarını ve hoşlandıklarını ona hissettirmeye çalıştıklarını göstermiştir. Örneğin, turun birinci gününde gerçekleştirilen ilk gözlemden (G1) ve beşinci gözlemden (G5) şunlar yaşanmıştır:

G1: Rehber karşıladığı grup ile göz teması kurarak, "hoş geldiniz, öncelikle birkaç cümle ile kendimden bahsedeyim. Adım X, 1992 yılından beri ağırlıklı Karadeniz turu olmak üzere profesyonel rehberlik yapıyorum. Bunun yanında Ukrayna, Rusya, Belarus, İran ve Gürcistan yurt dışı gezilerine de katılıyorum. Doğma büyüme Trabzonluyum. Trabzonsporluyum desem yeter zaten diyorum." dedi. Otobüsün arkasından bir erkek turist ise "Fenerbahçe!" diye seslendi. Rehber gülümseyerek, "Fenerbahçe tabi ki lazım bize, bize rakip lazım tabi ki" deyince turistler gülüştiler... Rehber meslek deneyimi ve memleketi üzerinden anlatımına devam etti ve bu süreçte ölçülü bir mizah dili kullandı. Bu paylaşımların turistlerin sempatisini kazandığı ve gülümsemelerine neden olduğu görüldü.

Tablo 3. İçerik Analizinin Sonucunda Ulaşılan Alt Kategoriler, Kategoriler ve Temalar

Tema 1	Kategori	Alt Kategoriler	Tema 2	Kategori	Alt Kategoriler
Rehber Kaynaklı Etkileşim	İlk İzlenim Yoluyla Etkileşim	Göz teması kurma (G1) Yüz-yüze iletişim (G1) Kendini sevdirmeye/Övme (G1, G5) Uygun mizah kullanımı (G1)	Turist Kaynaklı Etkileşim	İlk İzlenim Yoluyla Etkileşim	İlgi gösterme (G1, G5) Gülüşme ve şakalaşma (G1) Hoşlanma duygusu geliştirme (G1, G5)
	Anlatım Yoluyla Etkileşim	Destinasyonun tarihi ve çekiciliklerine ilişkin anlatım (G2) Destinasyon örf/adet ve kültür anlatımı (G14) Destinasyon imajını koruma (G6) Gezi noktalarını daha cazip anlatma (G18) Hikâye/efsane, fıkra anlatımı (G13, G19, G20)		Anlatım Yoluyla Etkileşim	İlgiyle dinleme (G2, G13, G14, G19, G20) Anlatım ile gezi noktalarını kıyaslama (G18) Aktif katılım (G2, G13, G19, G20) Onaylama (G6)
	Otoriter Davranış Yoluyla Etkileşim	Turisti cezalandırma (G8) Grubun hareketine yönelik uyarılar (G9) Zamanlama uyarıları (G10) Gürültü nedeniyle uyarı (G3)		Uyumlu Davranış Yoluyla Etkileşim	Zamanlamaya uyma (G10) Uyarıları dikkate alma (G3, G9, G10)
	Birebir İletişim Yoluyla Etkileşim	Turistin ilgisine göre ayrıcalıklı anlatım (G11) Anı paylaşımı (G12)		Birebir İletişim Yoluyla Etkileşim	Destinasyona yönelik sorular sorma (G11) Tarihi çekiciliklere yönelik sorular sorma (G11)
	Agresif Davranış Yoluyla Etkileşim	Göz teması kurmama (G17) Söylenme/homurdanma (G16) Bilgiyi yanlış ya da çarpıtarak aktarma (G21)		Agresif Davranış Yoluyla Etkileşim	Soru sorarak rehberi sıkıştırma (G17) Öfkeli tepki (G16, G21) Sosyal medya yorumuyla tehdit (G21) Rehberi suçlama (G21)
	Tek Taraflı Etkileşim	Grubun ilgisizliğini görmezden gelme (G7, G17) Anlatımı tek taraflı sürdürme (G7, G17)		Tek Taraflı Etkileşim	Anlatıma ilgisizlik (G7, G17) Anlatım esnasında uyuklama (G7, G17)



G5: Turun ilk gezi noktası olan Trabzon Atatürk Köşkü'nde uzun bir tarih ve Kurtuluş Savaşı anlatımı yapan rehber, "... Zamanımızı biraz aşmış durumdayım, farkındayım. Kusura bakmayın ama konu Atatürk olunca bizim için her şey değişiyor, kendimi kaybediyorum ve bunları anlatmadan geçemiyorum." diyerek turistlerin sempatisini kazanmaya çalıştı. Turistlerin bu süreçte rehberle ilgi gösterdikleri ve rehberle karşı hoşlanma duygularını pekiştirerek olumlu tepki verdikleri görüldü.

Rehber-turist etkileşiminde iki tarafın *anlatım yoluyla etkileşime* girdikleri de belirlenmiştir. Bu süreçte rehberin destinasyonun tarihi ve kültürel çekicilikleri (G2), örf/adet ve kültürü (G14) hakkındaki anlatımları ile destinasyon imajını korumaya yönelik anlatımları (G6) ve gezi noktalarını daha cazip şekilde anlatma çabası (G18) gözlemlenmiştir. Ayrıca, hikâye/efsane ve fıkra anlatımları da yaşanmıştır (G13, G19, G20). Turistler ise rehberin anlatım yoluyla başlattığı etkileşime ilgiyle yanıt vermişlerdir (G1, G2, G13, G14, G19, G20). Ayrıca, turistlerin zaman zaman rehberin anlatımına aktif katılım sağladıkları ve anlatım yoluyla etkileşimi derinleştirdikleri belirlenmiştir (G2, G13, G19, G20). Bazı durumlarda ise turistlerin anlatımı onaylama yoluyla şekillendirdikleri de görülmüştür (G6). Örneğin, destinasyondaki bazı inşaa faaliyetlerine rağmen rehberin zorlu doğa şartlarına, turizmin gelişimi ve iş imkânlarının ortaya çıkışına vurgu yaparak aşağıdaki şekilde anlatımını sürdürmesi, destinasyonun imajını korumaya yönelik bir anlatım davranışdır ve turistlerin bu anlatımı onayladıkları görülmektedir:

G6: Rehber Rize/Ayder hakkında bilgi verirken; "günümüz şartlarında Ayder vadisine girdiğimizde artık dışarı göç yok, turizmden dolayı geri göç var. Yine Uzungöl'e girdiğimizde geri göç var. Neden? Çünkü birisi ziplineci olmuş, öbürü salıncakçı olmuş, öteki orada mısır satıyor. Ziyaretçilerden dolayı bir ekme bulabiliyor. Ama Karadeniz'de hayat şartları genel olarak zordur. Biz Ayder'e gittiğimizde misafirlerim diyor ki Ayder çok betonlaştı. Bakın diyorum, biz görsel olarak bakıyoruz sadece. Şüphesiz ahşap çok daha güzel görünüyor, ama siz o ahşap evde bir Eylül ayını geçirin bakayım. Rüzgâr akşam odanın bu tarafından girsin, karşısından çıksın. Siz bir yatın orada bakayım. O

zaman bakalım siz ne yapıyorsunuz. Biz sadece görselleri, o anın fotoğrafını görüyoruz, onu çekiyoruz. Ama o insan o zorluğu orada yaşıyor." dedi. Bu aktarımın ardından turistlerden destinasyon imajına yönelik aksi bir görüş gelmediği gözlemlendi.

Rehberin gezi noktalarını daha cazip şekilde anlatma çabasına ilişkin bir gözlem ise turun üçüncü gününde yaşanmıştır. Aşağıda ifade edilen örnek süreçte turistlerin bu kez anlatılan ile gerçekleşen arasında bir kıyaslama yaptıkları ve nihai düşüncelerini dile getirdikleri anlaşılmaktadır:

G18: Batum şehrindeki Piazza Meydanı'nda rehber, "bu meydan 2009-2010 yılı arasında yapılmıştır. Meydan çok özel, çünkü burada gördüğünüz mimari 15 farklı ülkeden getirildi ve burada birleştirildi. Burada saatli büyük bir kule var. Bu kulede her üç saatte bir, alttaki kapılar açılıyor ve içinden yöresel kıyafetli kuklalar çıkıyor ve ardından milli marş müziği çalıyor. Sizin saatinize göre 14:00'te saat kulesinde yapılan gösteriyi izleyebilirsiniz" dedi... Gürcistan saatiyle 15:00'te meydandaki saat kulesinin ahşap bölmesinin kapıları açıldı, kadın ve erkek birer kukla hareketsiz olarak öne doğru çıktı ve Gürcistan'ın milli marşı duyuldu. Marşın ardından hareketsiz kuklalar geri çekildi. Bazı turistlerden "bu muydu yani!" tepkisi duyuldu ve büyük bir gösteri beklentisine giren turistlerin birbirlerine baktıkları görüldü.

Rehber-turist etkileşiminin *otoriter davranış yoluyla* ve *uyumlu davranış yoluyla* gerçekleştiği de gözlemlenmiştir. Burada rehberin otoriter davranışına karşın turistlerin otoriteye uyumlu davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Örneğin, *rehber Trabzon Atatürk Köşkü'nün ikinci katında tarih anlatımı yaparken, tur grubundan bebekli aile katta bulunan odalardan birinin önünde birlikte fotoğraf çekilmeye çalıştı ve beş aylık bebekleri ise bu süre boyunca ağladı. Bu esnada rehber aileye uyarıda bulundu. Rehberin uyarısıyla tüm aile üyeleri sessizce aşağı kata indiler* (G3). Diğer örnek ise rehberin zamanlama uyarısıyla ilişkilendirilebilir. Sümela Manastırındaki anlatımını tamamlayan rehber, "14:30'da aracımızda olmak üzere kalan zamanınızı burayı dolaşmakta serbest zaman olarak kullanabilirsiniz. Herkes 14:30'da otobüste oluyor" diyerek sert bir ses tonuyla zamanlama uyarısında bulundu. Bunun ar-

dından turistler alana dağıldılar ve hareket vakti geldiğinde otobüse geç kalan turist olmadı (G10).

Rehber kaynaklı etkileşim sürecinde rehberin zaman zaman ceza verme yoluyla otorite kurma çabasına giriştiği, turistlerin ise rehberin otoritesini yine kabul ettikleri görülmüştür. Örneğin, Sümela Manastırı'na olan gezide rehber bilgi vermeye başlamadan önce, araştırmacı rehberle yaklaşım öğrenci odaları denilen yapıyı kastederek: "Hocam karşı taraftaki yerler eğitim odaları mıydı? Bir de orada mutfak vardı sanırım, kiler gibi" diye sordu. Rehber ise sert bir ses tonuyla "anlatacağım!" diye yanıtladı ve birkaç saniye araştırmacıya bakarak otoriter bir ifadeyle: "Siz normalde cezasınız" dedi. Araştırmacı ise "aşağıda bilet sırası vardı, orada beklediğim için geciktim" diye yanıtladı ve rehberi dinlemeye devam etti (G8).

Tur sürecinde rehber ile turistler arasındaki etkileşimin birebir iletişim yoluyla gerçekleştiğine ilişkin gözlemler de olmuştur. Rehberin birebir iletişim yoluyla başlattığı etkileşim sürecinde turistlerin ilgisine göre ayrıcalıklı/özel anlatım yaptığı ve bazı turistlere anılarını anlattığı görülmüştür. Turist kaynaklı etkileşimde ise turistlerin rehberle sorduğu sorularla birebir iletişim şekillenmiştir. Bunlara ilişkin örnekler turun ilk gününde aşağıdaki gibi yaşanmıştır:

G11: Rehberin Sümela Manastırı'ndaki anlatımının ardından tur grubu alandaki teraslara dağıldı. Henüz rehberin yanından ayrılmamış olan araştırmacı ise destinasyon ve fresklerle ilgili soru sordu. Rehber, araştırmacıyı Sümela Manastırı'nda ziyarete yeni açılan küçük bir şapele götürdü, karanlık ve küçük şapeldeki freskleri el feneri ile aydınlatarak anlattı. Ayrıca manastırın bulunduğu dik kayalığa son zamanda gerilen halat ve ağların uzman dağcılar ve işçiler eşliğinde nasıl yerleştirildiği hakkında bilgi verdi.

G12: Tur grubundan bir çift ile otobüsün park halinde beklediği alanda sohbet eden araştırmacıya rehber de katıldı. Rehber o alanın eskiden çok kalabalık ve karmaşık bir düzende işlediğini, fakat servis düzenlemesi sayesinde bu kalabalığın büyük oranda önüne geçildiğini söyledi. Rehber bir anısını da ekledi: "Bir gün grubum ile bu alanda misafirlerime hızlıca buradan geçip gidelim diye yol gösterirken, arkamdan yaklaşan ve fark etmediğim büyük tur otobüsü bana arkadan çarptı. Otobüsün kapta-beni görmemiş. Son anda otobüsün darbesi

ile kendimi olabildiğince ileri doğru attım, kaplanarak yere düştüm. Dizlerim ve kolum kanamıştı. Burada kenarda akan akarsuda kayan yerlerimi yıkamıştım."

Araştırmada rehber-turist etkileşiminin agresif davranış yoluyla gerçekleştiği de keşfedilmiştir. Bu tarz davranışların genellikle turistlerden bazen de rehberden kaynaklandığı görülmüştür. Turistlerin zaman zaman rehberi kasten zora sokma/sıkıştırma amaçlı soru sordukları (G17), olumsuz dışsal faktörler (G21) ya da rehberin bir davranışı nedeniyle doğrudan kendisine tepki gösterdikleri (G16) ve olumsuz sosyal medya yorumlarıyla rehberi tehdit ettikleri gözlemlenmiştir (G21). Rehberin ise agresif davranışlarının genellikle daha pasif olduğu belirlenmiştir. Bunlar arasında rehberin turistlerle göz teması kurmayarak tepki göstermesi (G17), çarpıtmalı/yüzeysel bilgi paylaşımı (G21) ve söylenme/homurdanma (G21) yer almaktadır. Agresif davranış yoluyla etkileşimi kanıtlayan örnek gözlem notları şu şekildedir:

G17: Turun üçüncü gününde Gürcistan'da turu karşılayan ve sadece bugün için acenta tarafından gününbirlik anlaşılması olan Gürcü bir rehber tura katıldı. Kendisi turun önceki günlerinde deneyimlediğimiz bir rehber değildi. Otobüse ilk bindiği andan itibaren kimseye göz teması kurmadan ve grubu karşılamadan muavin koltuğuna oturdu. Yüzü yola dönük şekilde, "şimdi turumuza panoramik olarak başlayacağız. Önce sahil boyunca yapılar göreceğiz, sonra yaya şekilde Batum şehrini gezerek devam edeceğiz." dedi... Batum şehrine otobüsle ilerlerken, yaklaşık 10 dakikadır ilk anlatımını yapan rehber, dışarıdan bölgeye getirilerek dikilen okalipütüs ağaçları hakkında bilgi verdi. Avustralya'da yaşayan turist otobüsün arka tarafından rehberle seslendi: "Bu okalipütüs ağaçlarının geldiği ülkeyi biliyor musunuz?". Rehber ise "Avrupa'dan getirildi diye biliyorum ama hangi ülkeden geldiğini tam olarak bilmiyorum. Sizin için araştırır, söylerim." diye yanıtladı. Turistin "ben size söyleyeyim. Onlar buraya Avustralya'dan geldi." şeklindeki yanıtı rehberi rahatsız etti ve turistin bu davranışı nedeniyle otobüste bir süre sessizlik yaşandı.

G16: Yaşlı bir kadın turist otobüs hareket eder etmez ön tarafa seslenerek: "Arabının klimasını kapatma şansınız var mı? Lütfen, kulağım ağrıyor" dedi. Klima kapatılınca muavin koltu-

ğunda oturmakta olan rehber: "Klimayı kapatırana da ilk kez rastladım" diye homurdanarak söylendi. Yaşlı kadın ve ön tarafta seyahat eden bazı turistler rehberin söylenmesini işitti ve şaşkınlıkla birbirlerine baktılar.

G21: Gezi programının sona ermesinin ardından otobüsle otele doğru yola çıkıldı. Tur lideri Batum'daki otelin eksik rezervasyon işlemi yaptığını üzümlere söyledi ve birkaç oda eksik rezervasyonun yakındaki başka bir otel yardımıyla çözüleceğini anons etti. Otele varıldığında rehber diğer otelde konaklama yapacak kişileri resepsiyondan öğrenip turistlere "diğer otele gidecek olanları söyleyeceğim, adını söylediklerim bu tarafa gelsin" diye seslendi. İsmi okunan tüm turistler lobiden dışarı çıktı. Avustralya'da yaşayan yaşlı çift, otelin dışında gergin bir tavırla söylenmeye başladı. Bu esnada rehber otelden çıkıp yaşlı çiftin yanına gelerek onlarla konuştu ve tekrar lobiye yöneldi. Rehber lobiye girer girmez yaşlı kadın "manyağa bak hele! Kıvırıyorlar ya" diye tepki gösterdi. Yaşlı kadının eşi "rehber kafayı bozmuş... Yoğunlukta diyorsun. Yoğunsa yamuk yapmayın; kusura bakmayın, yerimiz yok deyin" diyerek tepki gösterdi. Yaşlı kadın ise "bizim odayı başkasına verin, sizin olsun her şey. Ben -sosyal medyada- çok güzel yorum yaparım" dedi. Rehber bu tepki üzerine yaşlı çifte bir cevap vermedi.

Gözlem sürecinde ulaşılan verilerden hareketle rehber-turist etkileşiminin *tek taraflı* olabileceğine ilişkin bulgulara da rastlanmıştır. Rehberin tek taraflı etkileşime girmesinde temel etmen ise turistlerin anlatılanlara ilgisiz kalması ve anlatım esnasında uyuklayan turistlerin olmasıdır (G7, G17). Böyle durumlarda rehber grubun ilgisizliğini görmezden gelmiş ve anlatımını tek taraflı olarak sürdürmeye devam etmiştir (G7, G17). Bu süreci kanıtlayan bir gözlem notu şu şekildedir:

G7: Turun birinci günü grubun kahvaltı alımı sonrasında, rehber Trabzon'da yol kenarından 09:50 civarında otobüse bindi. Otobüsle Maçka'ya doğru yol alınırken rehber gruba yüzü dönük şekilde 15 dakika boyunca anlatım yaptı. Rehberin anlatımı esnasında horlama sesleri duyuldu, turistlerden bazılarının uyku da olduğu, başlarının öne düştüğünü ve bazılarının kulaklıkla müzik dinlediği görüldü. Turistlere bakarak anlatım yapan rehber uyuyanları ve kendisini dinlemeyenleri görmesine rağmen anlatımına devam etti. Turistlerden

anlatıma yönelik herhangi bir soru ya da dönüt gelmedi.

## SONUÇ

Bu araştırmada, rehberli turlarda temel hizmet sağlayıcı olan profesyonel turist rehberi ile tura katılan turistler arasındaki sosyal etkileşimin nasıl gerçekleştiğini keşfetmek ve rehberin bu süreçte uyguladığı izlenim yönetimi tekniklerini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda, araştırmacı dahil 44 kişinin (41 turist ve iki rehber) yer aldığı üç gece dört günlük bir Karadeniz turunda tam katılımcı gözlem durumuyla veri toplanmıştır. Gözlem verileri içerik analiziyle çözümlenmiş ve ulaşılan bulgular doğrultusunda araştırmanın soruları aşağıdaki gibi yanıtlanabilmiştir.

Araştırmada ilk olarak "*rehberli turlarda rehber-turist etkileşimi nasıl gerçekleşmektedir ve etkileşim sürecini şekillendiren davranışlar nelerdir?*" sorusuna yanıt aranmıştır. İçerik analizinden ulaşılan sonuçlara göre rehber-turist etkileşimi, rehber ve turist perspektiflerinden ayrı ayrı yorumlanabilmektedir. Bu kapsamda rehberin içerisinde bulunduğu duruma ve tur sürecine bağlı olarak davranış şekillendirdiği anlaşılmaktadır. Örneğin, rehberin tur grubuyla ilk teması geçtiği an olan tanışma sürecinde ilk izlenimi başarıyla yönetmek için özel bir davranış sergilediği söylenebilmektedir. Bu aşamada rehberin göz teması kurarak iletişime geçmesi ve mizahi bir dil kullanması, Doyle ve Kelliher'in (2023) de ileri sürdüğü gibi, turistlerin olumlu tepkisine neden olmaktadır. Bu da turistlerin rehber üzerinde olumlu bir ilk izlenim yaratmasına neden olacak davranışlar sergilemesine zemin hazırlamaktadır. Böylece rehber-turist etkileşimi olumlu şekilde başlayabilmekte ve rehberin anlatım sürecinde de olumlu iletişim ortamı devam ettirilebilmektedir. Bu sonuçlar, sözsüz iletişim becerisinin hizmet karşılaşmalarındaki önemini savunan (Lynn vd. 1998; Gabbott ve Hogg 2000; Yan ve Ho 2017) ve turist rehberlerinin turistleri eğlendirmek gibi bir sosyal rol üstlendiğini vurgulayan çalışmaları doğrulamaktadır (Çetin ve Yarcan 2017; Lin vd. 2022). Nitekim Pabel ve Pearce (2018) turist rehberliğinde mizah kullanımının olumlu turist de-

neyimlerine yol açtığını belirtmektedir. Bu kapsamda, Holloway'ın (1981) de vurguladığı gibi, otobüslü turlarda rehberin turistleri sosyal etkileşime teşvik etmekte, tur otobüsü ise bir toplu taşıma aracı olarak bu etkileşimde adeta bir çerçeve görevi sağlamaktadır.

Rehberin otoriter ya da agresif olarak nitelendirilebilecek davranışlar sergilemesi durumunda turistlerin de etkileşim sürecindeki davranışları olumsuz dönüşebilmektedir. Örneğin, rehberin zamanlama sorunu ya da gürültü nedeniyle yaptığı uyarılar turistlerin uyumlu davranış sergilemesi sonucunda bir soruna dönüşmeyebilirken, bazı davranışları ise turistlerin tepkisel davranmasına neden olabilmektedir. Bu sorun rehberin turistlerden gelen bazı taleplere karşı homurdanması ya da ilgisiz görünmesi gibi durumlardan kaynaklanabilmektedir. Bu gibi durumlarda turistlerin uyumlu davranış sergileme eğilimi yerini agresif davranış yoluyla iletişim kurmaya bırakabilmektedir. Turistlerin rehberlere öfkeli tepkiler vermesi, suçlayıcı dil kullanmaları ve kasıtlı sorular sorarak rehberin otoritesini grup nezdinde zayıflatmaya çalışmaları ya da sosyal medya yorumları üzerinden tehdit söylemlerinde bulunmaları, rehber-turist etkileşiminin daha da olumsuz bir hale gelmesine neden olabilmektedir. Böylece rehber, tur sürecindeyken turistlerle göz teması kurmamaya ve anlatımının kalitesini zayıflatmaya başlayabilmektedir. Etkileşim sürecinin bu şekilde seyretmesi tur sürecinde artık tek taraflı ve oldukça zayıf bir etkileşimin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Rehber-turist etkileşiminin iki taraf açısından da olumlu seyretmesinde birebir iletişim yoluyla etkileşime girmenin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle turistlerin rehberin anlatımını derinleştirecek sorular sorması ve ilgisini rehberle hissettirmesi, rehberin daha özel anlatım tarzı sergilemesine ve turistlere karşı olumlu tutum geliştirmesine neden olmaktadır. Birebir iletişim yoluyla etkileşim süreci, grup içerisinde bir/birkaç turistin rehberle doğrudan etkileşime girmesi ya da farklı bir ortamda gruptan bağımsız olarak rehberle sohbet etmesi durumlarında yaşanabilmektedir. Özellikle gruptan bağımsız olunan ortamlarda rehber-turist etkileşiminin daha

samimi ve verimli olduğu söylenebilmektedir. Rehberin anlatım sürecindeki olumlu performansı, tutumu ve davranışları ise turistlerin de anlatım yoluyla etkileşime (ilgiyle dinleme, anlatıma katılma gibi davranışlarla) girmelerini sağlayarak rehber-turist etkileşiminin olumlu sürmesine imkân tanımaktadır.

İkinci araştırma sorusuna (*rehber-turist etkileşimi sürecinde rehber hangi izlenim yönetimi tekniklerine başvurmakta?*) yönelik sonuçlar, rehber-turist etkileşimi sürecinde rehberin Jones ve Pittman'ın (1982) tanımladığı çeşitli izlenim yönetimi tekniklerine başvurduğunu göstermektedir. Bu çalışmada, rehberin kullandığı izlenim yönetimi tekniklerinin *kendini sevdirme, örnek olma, kendini övme/niteliklerini tanıtma* ve *yıldırma/gözdağı verme* olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, rehberin turun bazı süreçlerinde ve değişen durumlarda farklı tekniklerden yararlandığı anlaşılmıştır. Rehberin ilk izlenim yoluyla etkileşim kurduğu süreçte kendini övme/ niteliklerini tanıtma ve kendini sevdirmeye tekniklerine başvurduğu, anlatım yoluyla etkileşim sürecinde ise bu tekniklere ek olarak örnek olma tekniğini de uyguladığı söylenebilmektedir. Örneğin, Atatürk köşküne yapılan ziyarette rehberin zamanını aştığı ancak konu Atatürk olunca kendisini kaybederek uzun uzun anlatım yaptığı yönündeki sözleri rehberin izlenim yönetimi için kendini sevdirmeye ve örnek olma tekniklerine yöneldiğini ortaya koymaktadır. Bu durumda mevcut araştırmanın, Tedeschi ve Riess'in (1981) bireylerin kendilerini saygı görmeye değer yeteneklere ve özelliklere sahip olduklarını ifade edecek şekilde sunmaları çok yaygın ve normal bir insani eğilimdir şeklindeki yargısını desteklediği söylenebilir. Diğer taraftan, rehberin otoriter iletişim yoluyla etkileşim sürecinde zaman zaman yıldırma/gözdağı verme tekniğini uyguladığı sonucuna da ulaşılmaktadır. Nitekim tur sürecinin otoritesi ve baş aktörü olan rehberin turistlere uyarılar yaparak ya da cezalandırıcı bir tutum sergileyerek, gerekli gördüğü anlarda grup üzerindeki gücünü kanıtlamaya çalışabilmektedir.

Bu bağlamda, rehberlerin uyguladığı izlenim yönetimi tekniklerinin turistlerin tur deneyimini ve rehber-turist etkileşimini şekillendirdiği ileri



sürülebilir. Dolayısıyla bu araştırma, turist rehberlerinin turlarda kullandıkları izlenim yönetimi tekniklerinin kişisel etkileşim kalitesini etkileyebileceğini ortaya koyarak Chiang ve Chen'in (2014) bulgularını desteklemektedir. Ayrıca, rehberlerin turistlerin kendilerini nasıl algılayacağını, değerlendireceğini ve kendilerine nasıl davranacağını izlenim yönetimi yoluyla kontrol etmeye çalıştıkları ve kendi kimliklerine ilişkin kişisel algıları bu yolla şekillendirebildikleri anlaşılmaktadır. Bu da Schlenker'in (1980) izlenim yönetimi tanımlamasının turist rehberleri açısından da geçerli olduğunu göstermektedir.

### ARAŞTIRMANIN KATKILARI

Tur sürecinde rehber ile turistler arasındaki sosyal etkileşimin doğasını, rehberin bu süreçte uyguladığı izlenim yönetimi tekniklerini de keşfederek açıklayan mevcut araştırmanın hem teorik hem de pratik katkıları bulunmaktadır.

#### Teorik Katkılar

Bu araştırma, tur operasyonlarında yoğun sosyal etkileşimlerin yaşandığını (Yan ve Ho 2017) ve rehberli turların yüksek etkileşimli bir hizmet türü olarak değerlendirilmesi gerektiğini (Zatori, Smith ve Puczko 2018) doğrulayan sonuçlar üretmiştir. Bu çerçevede, rehberli tur süreçlerinde rehber-turist etkileşiminin sosyal etkileşim teorisi ile açıklanabileceği anlaşılmış ve turizmde sosyal etkileşim teorisinin geçerliliğini savunan önceki araştırmalar (Sop vd. 2023) desteklenmiştir. Ayrıca, rehber-turist etkileşiminin nasıl gerçekleştiğini, etkileşim sürecindeki tutum ve davranışlar çerçevesinde ele alan öncül bir çalışma olması nedeniyle alanyazına önemli bir katkı sağlamıştır. Buna ek olarak, rehber-turist etkileşimini daha iyi anlayabilmek için Yan ve Ho'nun (2017) "izlenim yönetiminin sosyal etkileşim sürecindeki rolünün genişletilmesi" şeklindeki görüşü bu araştırmada sınanmıştır. Böylece, rehberlerin tur sürecinde uyguladıkları izlenim yönetimi teknikleri de keşfedilerek Chiang ve Chen (2014) ile Yan ve Ho'nun (2017) önceki çalışmalarının sınırları genişletilmiştir. Rehber-turist etkileşimini konu alan geçmiş çalışmaların nitelik ve nicelik açısından oldukça sınırlı olması (Keskin Pulluk ve Sop

2022; Pu vd. 2023), mevcut araştırmanın ürettiği teorik katkıların değerini ortaya koymaktadır.

#### Pratik Katkılar

Bu araştırma rehberli turlardaki iki temel aktör (rehber ve turist) arasındaki sosyal etkileşimin nasıl gerçekleştiğini ortaya koyarak, taraflar arasındaki etkileşimin olumlu ve olumsuz seyrettiği durumları açıklamıştır. Bu kapsamda, rehberin uyguladığı izlenim yönetimi tekniklerinin etkileşim sürecini nasıl şekillendirdiği anlaşılabilir ve tur programının aksatılmadan yürütülmesi için uygulanabilecek izlenim yönetimi teknikleri rehberlerin dikkatine sunulmuştur.

Araştırmanın diğer bir pratik katkısı ise rehberin tur sürecindeki davranışları üzerinden yorumlanabilir. Bu çalışma, başarılı bir sosyal etkileşim sürecinin yaratılabilmesi için rehberlerin turistlerle göz teması kurması, etkin bir beden dili kullanması ve ölçülü mizah anlayışını ihmal etmemesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, rehberin anlatımında kullandığı ifadeleri özenle seçmesi, abartılı ifadelerden kaçınması ve sorunlar karşısında doğru bilgiler vermesi etkileşimin sağlıklı biçimde sürdürülebilmesi için önemlidir. Yöreye özgü hikâyelerin, efsanelerin, anıların paylaşımı ve fıkra anlatımları da tur boyunca değerlendirilerek, turun turistler için daha ilgi çekici hale getirilmesi, bu yolla etkileşimin kalitesinin de artırılabilmesi mümkün olabilmektedir. Ancak, rehberin herhangi bir konuya ilişkin anlatımın süresini ve detayını grubun ilgisine oranla dengelemesi tavsiye edilmektedir. Araştırmanın sonuçları, turistlerden kaynaklı davranışların da rehber-turist etkileşimini yönlendirdiğini kanıtlamaktadır. Dolayısıyla bu araştırma, turistlerin de tur sürecindeki sosyal etkileşimin kalitesini zayıflatıcı tutum ve davranışlardan kaçınması gerektiğini, hatta daha nitelikli bir etkileşim için çaba sarf etmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır.

### SINIRLILIKLAR VE GELECEK ARAŞTIRMALARA ÖNERİLER

Bu araştırmanın öne çıkan yönlerinden birisi, rehber-turist etkileşimine yönelik verilerin katılımcı gözlem tekniğiyle toplanmış olmasıdır.



Bu sayede söz konusu etkileşimin detaylı şekilde yorumlanması mümkün olmuştur. Katılımcı gözlem sürecinde ve saha notlarının hazırlanmasında turdaki bireylerin kimliğini açığa çıkarabilecek detaylardan hassasiyetle kaçınılmıştır. Zira katılımcı gözlem çalışmasında gözlemlenen bireylerden veri toplama için izin alınması mümkün değildir. Veri toplama sürecinde araştırmacının kimliğinin gizli kalabilmesi için turu gerçekleştiren acentadan yazılı izin alınmıştır. Araştırmada gerek acentayı gerekse tura katılan bireyleri betimlemek üzere kullanılacak her türlü bilginin anonim olarak raporlanacağı beyan edilmiştir.

Her araştırma gibi bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Birincisi, gözlemlenen turda görev alan iki rehber de gününbirlik olarak görevlendirildikleri için turistlerin konakladığı otellerde konaklama gerçekleştirmemişlerdir. Bu nedenle, akşam gezilerinde veya akşam saatlerindeki sosyal zamanlarda rehber ve turist etkileşimlerinin gözlemlenme imkânı bulunamamıştır. Gelecek araştırmalarda akşam gezileri eşliğindeki rehber-turist etkileşimi dikkate alınarak söz konusu etkileşimin boyutları zenginleştirilebilir. İkincisi, gözlemlenen turun Karadeniz bağlamında ve bir yerli grup ile sınırlandırılmış olmasıdır. Benzer araştırmaların yabancı tur gruplarıyla ve farklı bölgelerdeki turlarla da yürütülmesi alan yazına önemli katkılar sağlayabilecektir. Dolayısıyla, araştırmadan ulaşılan verilerin tüm rehberli turlar için genellenebilmesi mümkün değildir. Zira genellenebilir sonuçlara ulaşılabileceği varsayımı nitel araştırmaların doğasına aykırıdır. Gelecek araştırmalarda, bu önerilere ek olarak, birden fazla katılımcı gözlemci ile veri toplanması da önerilmektedir. Böylece gözlem verilerinin güvenilirliği ve tutarlılığı daha geçerli şekilde sınanabilir. Son olarak, bu araştırmadan ulaşılan sonuçlar çerçevesinde bir ölçek geliştirme çalışması başlatılabilir ve rehber-turist etkileşimine ilişkin kitle-sel çalışmalar yürütülebilir.

## KAYNAKÇA

Acar, V. ve Tanrısevdi, A. (2019). Participant Observations on Iranian Tourists Taking Part in Guided Excursions: The Case of Kuşadası Turkey, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (2): 2187-2213.

- Acar, V. ve Tanrısevdi, A. (2021). Paket Tur Katılımcısı Turistlerin Davranışlarının İncelenmesi: Güney Koreli Turistlere Yönelik Bir Katılımlı Gözlem Çalışması, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 16 (56): 792-824.
- Adam, I., Taale, F. ve Adongo, C. A. (2020). Measuring Negative Tourist-to-Tourist Interaction: Scale Development and Validation, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37 (3): 287-301.
- Akbulut, Y. (2012). Veri Çözümleme Teknikleri. İçinde; A. Şimşek (Editör) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (ss. 162-195). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Allport, G. W. (1979). *The Nature of Prejudice*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
- Alnawas, I. ve Brown, J. H. (2019). Examining the Key Dimensions of Customer Experience Quality in the Hotel Industry, *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28 (7): 833-861.
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues, and Problems, *Tourism Management*, 22: 551-563.
- Apak, Ö. C. ve Gürbüz, A. (2022). Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Uygulamaları Üzerine Bir İçerik Analizi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1): 194-209.
- Bai, S. ve Chang, H. H. (2023). Effect of Tourist-to-Tourist Encounters: Increased Conflict or Reduced Social Distance? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47 (1): 207-234.
- Bimonte, S. ve Punzo, L. F. (2007). The Evolutionary Game between Tourist and Resident Populations and Tourist Carrying Capacity, *International Journal of Technology and Globalization*, 3 (1): 73-87.
- Bowie, D. ve Chang, J. C. (2005). Tourist Satisfaction: A View from a Mixed International Guided Package Tour, *Journal of Vacation Marketing*, 11 (4): 303-322.
- Bozeman, D. P. ve Kacmar, K. M. (1997). A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organizations, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69 (1): 9-30.
- Chiang, C. Y. ve Chen, W. C. (2014). The Impression Management Techniques of Tour Leaders in Group Package Tour Service Encounters, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31: 747-762.
- Choo, H. ve Petrick, J. F. (2014). Social Interactions and Intentions to Revisit for Agritourism Service Encounters, *Tourism Management*, 40: 372-381.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide - The Origins, Structure and Dynamics of a Role, *Annals of Tourism Research*, 12: 5-29.
- Çetin, G. ve Yarcın, Ş. (2017). The Professional Relationship between Tour Guides and Tour Operators, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17 (4): 1-13.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 783-800.
- Decrop, A. (2004). Trustworthiness in Qualitative Tourism Research. İçinde; J. Phillimore ve L. Goodson (Editörler) *Qualitative Research in Tourism* (ss. 156-159). Londra: Routledge.

- DeWalt, K. M. ve DeWalt, B. R. (2011). *Participant Observation: A Guide for Fieldworkers* (İkinci Basım). ABD: AltaMira Press.
- Dikmen, H. ve Avan, A. (2020). Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Karşılılaşması: Yönetmel Bir Bakış Açısı, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (3): 2783-2807.
- Doyle, J. ve Kelliher, F. (2023). Bringing the Past to Life: Co-creating Tourism Experiences in Historic House Tourist Attractions, *Tourism Management*, 94, 104656.
- Drory, A. ve Zaidman, N. (2007). Impression Management Behavior: Effects of the Organizational System, *Journal of Managerial Psychology*, 22 (3): 290-308.
- Fan, D. X. F., Zhang, H. Q., Jenkins, C. L. ve Tavitiyaman, P. (2017). Tourist Typology in Social Contact: An Addition to Existing Theories, *Tourism Management*, 60: 357-366.
- Farmaki, A. ve Stergiou, D. P. (2019). Escaping Loneliness through Airbnb Host-Guest Interactions, *Tourism Management*, 74: 331-333.
- Gabbott, M. ve Hogg, G. (2000). An Empirical Investigation of the Impact of Non-verbal Communication on Service Evaluation, *European Journal of Marketing*, 34 (3/4): 384-398.
- Gazzoli, G., Hancer, M. ve Kim B. C. (2013). Explaining Why Employee-Customer Orientation Influences Customers' Perceptions of the Service Encounter, *Journal of Service Management*, 24 (4): 382-400.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Gold, R. L. (1958). Roles in Sociological Field Observations, *Social Forces*, 36: 217-223.
- Grove, S. J. ve Fisk, R. P. (1997). The Impact of Other Customers on Service Experiences: A Critical Incident Examination of "Getting Along", *Journal of Retailing*, 73 (1): 63-85.
- Güler, O. ve Çakıcı, A. C. (2020). How a Group Service Failure at a Restaurant Turns into an Individual Dissatisfaction? A Scenario-Based Experiment, *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 5 (2): 125-141.
- Günaydın, Y. ve Kozak, M. (2022). Pandemi Sürecinde Turistlerin Karar Verme Davranışları ve Tatil Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 14 (1): 107-142.
- Holloway, J. C. (1981). The Guided Tour – A Sociological Approach, *Annals of Tourism Research*, 8 (3): 377-402.
- Huang, J. ve Hsu, C. H. C. (2010). The Impact of Customer-to-Customer Interaction on Cruise Experience and Vacation Satisfaction, *Journal of Travel Research*, 49 (1): 79-92.
- Islam, M. S. ve Kirillova, K. (2020). Non-verbal Communication in Hospitality: At the Intersection of Religion and Gender, *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102326.
- Jarvis, N., Weeden, C., Ladkin, A. ve Taylor, T. (2022). Intergroup Contact between Front-line Cruise Staff and LGBT Passengers, *Tourism Management Perspectives*, 42, 100960.
- Jones, E. E., ve Pittman, T. S. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. İçinde; J. Suls (Editör) *Psychological Perspectives on the Self* (ss. 231-262). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Joo, D., Tasci, A. D. A., Woosnam, K. M., Maruyama, N. U., Hollas, C. R. ve Aleshinloye, K. D. (2018). Residents' Attitude towards Domestic Tourists Explained by Contact, Emotional Solidarity, and Social Distance, *Tourism Management*, 64: 245-257.
- Kakkar, V. ve Li, K. K. (2022). Cash or Card? Impression Management and Restaurant Tipping Behavior, *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 97, 101837.
- Kalyoncu, M. ve Yüksek, G. (2017). The Effect of Impression Management Techniques Which Tourist Guides Use in Package Tours on Personal Interaction Quality, *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5 (1): 15-25.
- Keskin Pulluk, S. ve Sop, S. A. (2022). Turizmde Hizmet Sağlayıcı-Misafir Etkileşimi. İçinde; M. Yeşiltaş (Editör) 22. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss.181-187). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Leary, M. R. ve Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-component Model, *Psychological Bulletin*, 107 (1): 34-47.
- Li, F. S. ve Wang, B. (2020). Social Contact Theory and Attitude Change through Tourism: Researching Chinese Visitors to North Korea, *Tourism Management Perspectives*, 36, 100743.
- Liden, R. C. ve Mitchell, T. R. (1988). Ingratiation Behaviors in Organizational Setting, *Academy of Management Review*, 13 (4): 572-587.
- Lin, H., Tian, J., Kong, Y. ve Gao, J. (2022). Impact of Tour Guide Humor on Tourist Pro-Environmental Behavior: Utilizing the Conservation of Resources Theory, *Journal of Destination Marketing & Management*, 25, 100728.
- Lin, I. Y. ve Mattila, A. S. (2010). Restaurant Servicescape, Service Encounter, and Perceived Congruency on Customers' Emotions and Satisfaction, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19: 819-841.
- Liu-Lastres, B. ve Cahyanto, I. P. (2021). Exploring the Host-Guest Interaction in Tourism Crisis Communication, *Current Issues in Tourism*, 24 (15): 2097-2109.
- Lo, I. S. ve McKercher, B. (2015). Ideal Image in Process: Online Tourist Photography and Impression Management, *Annals of Tourism Research*, 52: 104-116.
- Lugosi, P. ve Bray, J. (2008). Tour Guiding, Organisational Culture and Learning: Lessons from an Entrepreneurial Company, *International Journal of Tourism Research*, 10 (5): 467-479.
- Lynn, M., Le, J. ve Sherwyn, D. (1998). Reach Out and Touch Your Customers, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39 (3): 60-65.
- Pabel, A. ve Pearce, P. L. (2018). Selecting Humour in Tourism Settings – A Guide for Tourism Operators, *Tourism Management Perspectives*, 25: 64-70.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. New York: Channel View Publications.
- Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup Contact Theory, *Annual Review of Psychology*, 49 (1): 65-85.

- Pettigrew, T. F. ve Tropp, L. R. (2006). A Meta-Analytic Test of Intergroup Contact Theory, *Journal of Personality and Social Psychological*, 90 (5): 751-783.
- Prayag, G. ve Ryan, C. (2012). Visitor Interactions with Hotel Employees: The Role of Nationality, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6 (2): 173-185.
- Pu, P., Cheng, L., Samarathunga, W. ve Wall, G. (2023). Tour Guides' Sustainable Tourism Practices in Host-Guest Interactions: When Tibet Meets the West, *Tourism Review*, 78 (3): 808-833.
- Reisinger, Y. ve Turner, L. (1998). Cultural Differences between Mandarin-Speaking Tourists and Australian Hosts and Their Impact on Cross-Cultural Tourist-Host Interaction, *Journal of Business Research*, 42: 175-187.
- Reisinger, Y. ve Turner, L. W. (2003). Cross-Cultural Behavior in Tourism: Concepts and Analysis. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Ruan, Y. (2020). Perceived Host-Guest Sociability Similarity and Participants' Satisfaction: Perspectives of Airbnb Guests and Hosts, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45: 419-428.
- Seaton, A. V. (2002). Observing Conducted Tours: The Ethnographic Context in Tourist Research, *Journal of Vacation Marketing*, 8 (4): 309-319.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Sharpley, R. (2014). Host Perceptions of Tourism: A Review of The Research, *Tourism Management*, 42: 37-49.
- Solnet, D. (2007). Employee-Customer Linkages: A Social Identification Perspective in a Hotel Industry Context, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 14 (2): 129-143.
- Sop, S. A., Günaydın, Y. ve Kozak, M. (2023). Turist-Turist Etkileşimi: Her Şey Dahil Otel Örneği, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7 (1): 84-105.
- Stevens, C. K. ve Kristof, A. L. (1995). Making the Right Impression: A Field Study of Applicant Impression Management During Job Interviews, *Journal of Applied Psychology*, 80 (5): 587-606.
- Su, M. M. ve Wall, G. (2010). Implications of Host-Guest Interactions for Tourists' Travel Behavior and Experiences, *Tourism Original Scientific Paper*, 58 (1): 37-50.
- Tabaeian, R. A., Yazdi, A., Mokhtari, N. ve Khoshfetrat, A. (2023). Host-Tourist Interaction, Revisit Intention and Memorable Tourism Experience through Relationship Quality and Perceived Service Quality in Ecotourism, *Journal of Ecotourism*, 22 (3): 406-429.
- Tedeschi, J. T. ve Riess, M. (1981). *Impression Management Theory and Social Psychological Research*. New York: Academic.
- Toker, A. (2022). Sosyal Bilimlerde Nitel Veri Analizi İçin Bir Kılavuz, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51 (Özel Sayı 1): 319-345.
- Torres, E. N. (2015). The Influence of Others on the Vacation Experience: An Ethnographic Study of Psychographics, Decision Making, and Group Dynamics among Young Travelers, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24: 826-856.
- Torres, E. N. (2016). Guest Interactions and the Formation of Memorable Experiences: An Ethnography, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (10): 2132-2155.
- Wayne, S. J. ve Liden, R. C. (1995). Effects of Impression Management on Performance Ratings: A Longitudinal Study, *The Academy of Management Journal*, 38 (1): 232-260.
- Weiler, B. ve Ham, S. H. (2002). Tour Guide Training: A Model for Sustainable Capacity Building in Developing Countries, *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (1): 52-68.
- Weiler, B. ve Walker, K. (2014). Enhancing the Visitor Experience: Reconceptualising the Tour Guide's Communicative Role, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21: 90-99.
- Weiler, B. ve Yu, X. (2007). Dimensions of Cultural Mediation in Guiding Chinese Tour Groups: Implications for Interpretation, *Tourism Recreation Research*, 32 (3): 13-22.
- Wu, C. H. J. (2007). The Impact of Customer-to-Customer Interaction and Customer Homogeneity on Customer Satisfaction in Tourism Service-the Service Encounter Prospective, *Tourism Management*, 28: 1518-1528.
- Wu, C. H. J. ve Liang, R. D. (2009). Effect of Experiential Value on Customer Satisfaction with Service Encounters in Luxury-Hotel Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 28: 586-593.
- Xue, L., Leung, X. Y. ve Ma, S. D. (2022). What Makes a Good "Guest": Evidence from Airbnb Hosts' Reviews, *Annals of Tourism Research*, 95, 103426.
- Yan, L. ve Ho, H. K. (2017). Impression Management of Tour Leaders, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (4): 422-435.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1): 33-44.
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative Research from Start to Finish* (İkinci Basım). New York: Guilford Press.
- Zatori, A., Smith, M. K. ve Puczko, L. (2018). Experience Involvement, Memorability, and Authenticity: The Service Provider's Effect on Tourist Experience, *Tourism Management*, 67: 111-126.
- Zhang, H. Q. ve Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong, *Tourism Management*, 25: 81-91.
- Zhu, D. ve Xu, H. (2021). Guides' Handling of Multiple Roles in Interactions with Tourists: The Prism of Impression Management, *Tourism Management*, 85, 104306.

#### Serpil Keskin Pulluk - Serhat Adem Sop



Serpil KESKİN PULLUK

Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turist Rehberliği Bölümü'nden lisans (2008), Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden yüksek lisans derecesini aldı (2023). Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği alanında doktora eğitimine başlamış olup (2023), halen eğitimine devam etmektedir. Ülkesel turist rehberliği mesleği aktif olarak sürdürmektedir. Halen, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Niksar Meselek Yüksekokulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.



Serhat Adem SOP

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



## İç Turizmdeki Pandemi Etkisinin Kümelene Analizi Kullanılarak İncelenmesi: Türkiye Örneği

*Examining the Impact of the Pandemic on Domestic Tourism Using Cluster Analysis: Türkiye Example*

Serhat ZAMAN\*, Hatice ERDOĞAN\*\*, İbrahim EŞİM\*\*\*

\*Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, 16059, Coğrafya Bölümü, Bursa/Türkiye.

E-posta: serhatzaman@uludag.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4300-9382

\*\* (Sorumlu yazar) Arş. Gör., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, 59030, Coğrafya Bölümü Tekirdağ/Türkiye.

E-posta: haticeerdogan@nku.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0597-7430

\*\*\* Arş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, 16059, Coğrafya Bölümü, Bursa/Türkiye.

E-posta: ibrahimesim@uludag.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3084-6691

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 29 Ocak 2024

Birinci düzeltme: 22 Mart 2024

İkinci düzeltme: 21 Nisan 2024

Üçüncü düzeltme: 29 Nisan 2024

Kabul: 3 Mayıs 2024

**Anahtar sözcükler:** Beşeri coğrafya, Turizm coğrafyası, İç turizm, Mekânsal istatistik, COVID-19.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 29 January 2024

Resubmitted: 22 March 2024

Resubmitted: 21 April 2024

Resubmitted: 29 April 2024

Accepted: 3 May 2024

**Key words:** Human geography, Tourism geography, Domestic tourism, Spatial statistical, COVID-19.

### ÖZ

Bu çalışmada, belediye ve bakanlık belgeli tesislere gelen yerli turistlere ilişkin istatistikler, mekânsal istatistik yöntemlerine göre incelenmiştir. 2018, 2020 ve 2022 yılları esas alınarak pandemi sürecinin iç turizmdeki etkisi ortaya konulmuştur. Verilerin mekânsal dağılımını belirleyebilmek için küresel ve yerel olarak Moran's I yöntemleri kullanılarak mekânsal otokorelasyon analizi yapılmıştır. İlçe ölçeğinde gerçekleştirilen analiz sonucunda, pandeminin tercih edilen turizm mekânlarında, yerli turistler özelinde belirgin bir değişime sebep olmadığı ortaya konulmuştur. Salgın dönemi ve salgın sonrasındaki dönemde sıklıkla ifade edilen radikal değişiklik söylemleri en azından bu süreler içerisinde istatistiksel olarak gerçekleşmemiştir. Ancak değişim uzun bir zaman dilimine ihtiyaç duymaktadır. Yaşanan krizler sektörü etkilediği gibi turistlerin tercihlerini de etkilemektedir. Risk ve krizleri azaltmak, planlamaların yapılması, sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanması, ekonomik, sosyal ve çevresel sonuçları izlemek için turist tutum ve davranışlarını takip etmek önem arz etmektedir. Bundan dolayı çalışmada coğrafi kümelene eğilimi değerlendirilmiştir. Sonuçlar, Türkiye'de iç turizmin giderek daha fazla fark edilir hale gelen coğrafi kümelene eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır.

### ABSTRACT

In this research, domestic tourist statistics coming to municipality and ministry certified facilities were examined according to spatial statistics methods. The impact of the pandemic process on domestic tourism has been revealed based on the years 2018, 2020 and 2022. Spatial autocorrelation analysis was performed using Moran's I methods to determine the spatial distribution of the data. As a result of the analysis carried out on a district scale, it was revealed that the pandemic did not cause a significant change in the destinations preferred by domestic tourists. The rhetoric of radical change, which is frequently expressed during the pandemic period and the post-pandemic period, has not statistically come true. However, change requires a long period of time. The crises affect the sector as well as the preferences of tourists. It is important to follow tourist attitudes and behaviors in order to reduce risks and crises, ensure sustainable tourism development, and monitor economic, social and environmental results. Therefore, geographical clustering tendency was evaluated in the research. Research results reveal that domestic tourism in Turkey has a tendency towards geographical clustering, which is becoming increasingly noticeable.

#### Makalenin kaynak gösterme şekli:

Zaman, S., Erdoğan, H. ve Eşim, İ. (2024). İç Turizmdeki Pandemi Etkisinin Kümelene Analizi Kullanılarak İncelenmesi: Türkiye Örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 35 (1): xx-xx



## GİRİŞ

Turizm mekânsal hareketliliğe göre; iç turizm ve uluslararası turizm olmak üzere iki boyutta incelenmektedir. İç turizm; bir ülkenin vatandaşlarının ülke sınırları içerisinde, farklı amaç ve motivasyonlarla gerçekleştirdikleri ziyaretler ve hareketlilikten meydana gelmektedir (Doğanay ve Zaman 2022). Bu hareketlilik bölgelerarası dengesizliklerinin giderilmesine, tarihi yapıların yeniden kullanıma kazandırılmasına, doğal ve kültürel varlıkların korunmasına katkı sunmaktadır (Haddad vd. 2013). Ayrıca toplumu millet olarak yeniden inşa etmede de büyük bir rolü bulunmasından dolayı ulusal ve uluslararası boyutta desteklenmektedir (Mazimhaka 2007). Tüm bu olumlu katkılarına ek olarak iç turizm Türkiye ekonomisine katkı sağlayan önemli bir sektördür. 2022 yılında belediye ve bakanlık belgeli tesislere giriş yapan yerli ziyaretçi sayısı 46.423.734, yabancı ziyaretçi sayısı ise 45.943.616'dır. Bu durum Türkiye'deki konaklamaların yüzde 50,25'inin yerli turistlere ait olduğunu ortaya koymaktadır (KTB 2023). Mevcut verilere göre Endonezya, Peru ve Japonya (yüzde 85- yüzde 89 arasında değişmektedir) ile Ukrayna ve Rusya'da (yüzde 84) yerli ziyaretçilerin oranı daha da fazladır. İtalya (yüzde 52) ve İspanya (yüzde 49) Türkiye ile benzer bir orana sahiptir (UNWTO 2020b). Turizm konusunda bir otorite kabul edilen Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) uluslararası turizmin ihracat geliri yaratması nedeniyle daha fazla ilgi gördüğünü fakat iç turizmin, harcamaların çok daha büyük bir kısmını temsil ettiğini vurgulamaktadır (Özgüç 2015; UNWTO 2020b). Güney Kore, Almanya, Rusya, Tayland, Avustralya, Malezya, Endonezya, Meksika, Kanada ve Türkiye'nin önemli bir iç turizm pazarına sahip olduğunun altını çizen UNWTO, iç turizmin uluslararası turizmden altı kat büyük olduğunu belirtmektedir (UNWTO 2020b). Nüfus ve coğrafi büyüklükleri nedeniyle Çin ve Hindistan'da da iç turizm talebinin fazla olduğu, fakat sağlıklı bir veri bulunmadığı için ölçüme dahil olmadığı raporda not edilmiştir (UNWTO 2020b). Veriler iç turizmin önemini teyit etmektedir. Buna rağmen, akademik turizm araştırmalarının ana oda-

ğı uluslararası turizm olmuştur (Athanasopoulos ve Hyndman 2008; Arbulú vd. 2021). Bunun nedeni uzun yıllar turizmin yalnızca ekonomik boyutunun göz önüne alınması ve uluslararası turizmin gölgesinde kalmasıdır (Gökdeniz vd. 2009). Zamanla iç turizm hacminin uluslararası turizm hacminden çok daha büyük olduğunun fark edilmesiyle planlama, yatırım ve politikalarla iç turizm desteklenen bir başlık halini almıştır. Ek olarak karşılaşılan beklenmedik olaylar karşısında iç turizmin dirençli duruşu, öneminin anlaşılmasında etkili olmuştur. Özellikle sektör işletmecileri tarafından ekonomik kriz dönemlerinde yerli turistler kurtarıcı olarak algılanmıştır (Gökdeniz vd. 2009). Bu algı, pandemi sonrasında iç turizmin uluslararası turizmden daha hızlı toparlanmasını bekleyen UNWTO'nun tahminleriyle örtüşmektedir (UNWTO 2020a). Akademik çalışmalarda da kriz sonrası dönemde sektörü canlandırmada iç turizmin kilit bir rol oynadığı belirtilmektedir (Lin vd. 2022). COVID-19 salgını özelinde yapılan turizm araştırmalarında da söz konusu durum sıklıkla vurgulanmaktadır (Alaeddinoğlu ve Rol 2020; Foo vd. 2020; Sah vd. 2020; Jaipuria vd. 2021; Adamiak ve Szyda 2021; Agaeva vd. 2021; Wu vd. 2022).

2019'un Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ve daha sonraki süreçte tüm dünyada yayılış gösteren COVID-19 salgını karantina, sınırların kapatılması, bireylerde oluşturduğu sağlık endişesi, hükümetlerin yaptırımları ve uyarılarıyla 2020 turizmini önemli ölçüde etkilemiştir (Zaman ve Erdoğan 2022). Hükümetlerin kısıtlayıcı politikalarının çoğunun turizm faaliyetleri üzerinde doğrudan etkiye sahip olduğunun anlaşılmasından dolayı krizi hafifletmek için özel politikalar uygulamaya konulmuştur (Arbulú vd. 2021). Bu politikaların birçoğu iç turizmi teşvik etmiş ve yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen iç turizm hareketliliği her geçen gün artmıştır (UNWTO 2020a).

Bu hareketliliği ele alan bir çalışma COVID-19 döneminde, bireylerin seyahat rotasının değiştiğini tespit etmiş, insanların salgın öncesine kıyasla daha kısa mesafeler kat etme eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur (Moya Calderón vd. 2022). Dolayısıyla salgının ziyaretçilerin tu-

rizm algısı üzerinde değişikliğe neden olduğunu söylemek mümkündür (Adam vd. 2023). Salgın döneminde uluslararası turizmin kısıtlanması ve belirli aşamalarda iç turizme yönelik kısıtlamaların kaldırılması, onu pandemiden kaynaklanan kayıpların telafi edilmesinde önemli bir başlık haline getirmiş ve iç turizme yönelik ilgi canlanmıştır (Falk vd. 2023). Kavram yalnızca kriz dönemlerinin kurtarıcısı olduğundan değil aynı zamanda turizm sektörünün önemli bir kısmını meydana getirdiğinden dolayı farklı araştırma yöntemleri, çalışma konuları ve perspektifler ile incelenmektedir (Gökdeniz vd. 2009; Özdemir 2016 Ekber ve Mirzəyeva 2017; Bayazıt 2018; Karaman ve Dinç 2022). Sektörel olarak ele alındığında turizmin toplumun her tabakasına yayılması, orta sınıfın yükselişi ve artan seyahat isteği, iç turizm ölçeğini altı katın üzerinde genişletmiştir (Gladstone 2005; Ghimire 2013; Karaman ve Dinç 2022). İfade edilen sayılar turizm aktörlerini ciddi araştırmalar yapmaya itmiştir. Bu doğrultuda Türkiye’de iç turizm hacminin ele alınmasının, mekânsal kalıplarının ve arz-talep dengesinin araştırılmasının ne derece önemli olduğu ortaya çıkmaktadır (Ayaz 2016).

Türkiye’de sürdürülebilir bir bölgesel kalkınma için iç turizm potansiyelini tespit etmek son derece önemlidir. Bu çalışmada iç turizmin mekânsal kalıpları pandemi öncesi, pandemi dönemi ve sonrası olmak üzere belirlenen yıl aralıkları baz alınarak değerlendirilmiştir. Turizm talebinin mekânsal istatistik yöntemleri ile incelendiği bu çalışmada, konaklama istatistikleri kullanılmıştır. UNWTO’nun resmi bir ölçüt olarak ifade ettiği konaklama sektöründeki ziyaretçi sayısı temel alınarak analiz gerçekleştirilmiştir (UNWTO 2010). Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre gecelemlerin yarısından fazlasını yerli turistler yapmaktadır (KTB 2023). Ancak bununla birlikte iç turizmde konaklama yalnızca turizm endüstrisinin sağladığı mekânlarda yapılmamaktadır. Akraba ve arkadaşlarda ya da tatil konutlarında konaklama yapan birçok ziyaretçi yerli turist kitlesi içindedir. Fakat söz konusu kitleye ilişkin mekânsal bir veri bulunmadığı için bu çalışmada Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistikleri üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

## ALANYAZIN

Turizm, özünde hareketlilik barındıran coğrafi bir olgudur (Kang vd. 2014). Bu hareketliliğin veya akışın mekânsal kalıplarını belirlemek uzun yıllardır coğrafyacıların uğraşdır (Williams 2009). Özellikle destinasyonlar arası turizm talebinin modellenmesi veya tahmin edilmesi, araştırmalarda öncelik haline gelmiştir (Ma vd. 2022). Destinasyon analizi ve turistik kaynakların mekânsal desenini belirleme diğer yaygın araştırma konuları arasında yer almaktadır (Zhang vd. 2019; Wang vd. 2020). Turist hareketliliğinin incelenmesi, 1980’lerde ve 1990’larda çalışmalara konu olmaya başlamıştır (Pearce 1979; Perdue ve Gustke 1985; Hudman 1989; Yang ve Wong 2013). Fakat araştırmalarda uluslararası turizme iç turizmden daha fazla vurgu yapıldığı belirtilmektedir (Canavan 2013). Bunun nedeni istatistiklere ulaşmanın daha kolay olması, uluslararası turizmin ekonomik açıdan daha önemli görülmesi, sektörel açıdan iç turizmin ülke ve bölgelere önemli bir katkısının olmadığı düşünülmesidir (Blake 2009; Kang vd. 2014). Fakat burada ortaya çıkan en önemli fayda bölgelerarası gelir transfer mekanizması olarak iç turizmin oynadığı roldür (Haddad vd. 2013). Öte yandan iç turizm sayesinde farklı sosyal ve kültürel kökenden gelen insanlar karşılaşmaktadır. Bu da iç turizmin toplumsal barışı sağlamada önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Archer 1978). Ayrıca kriz dönemlerinde sektörün ayakta durmasını sağlamaktadır. Nitekim COVID-19 salgını sonrasındaki süreçte uluslararası turizm ile karşılaştırıldığında iç turizmdeki düzelme daha hızlı gerçekleşmiştir (Wu vd. 2022).

Günümüzde yerli turist dağılımını modellemek tespit ve tahmin etmek, mekânsal deseni belirlemek, zamansal değişikliği ortaya koymak için mekânsal analiz yöntemlerinden yararlanan araştırmacılar kapsamlı sonuçlara ulaşmışlardır (Zhong ve Dong 2023). Ek olarak salgının iç turizm sektörü üzerindeki etkisini incelemek ve turizm geleceği hakkında çıkarımlar yapmak için söz konusu yöntemlerden yararlanılmıştır (Fotiadis vd. 2021). Havaçılık sektörü, eğlence, konaklama ve yeme-içme endüstrisi gibi turizm ile bağlantılı sektörlerle ilişkin yapılan çalışma-

lar ile pandemi etkisi belirlenmiştir. Salgının arz ve talep üzerinde değişikliğe neden olduğu, yapılan çalışmalar ile ortaya konulmuştur. Örneğin turizm sektöründe COVID-19 ile birlikte meydana gelen yapısal değişikliğin turistlerin seyahat rotalarını değiştirmesi ile bağlantılı olduğu belirlenmiştir (Jeon ve Yang 2021). Krizler karşısında destinasyonların iyileşme faktörlerini tanımlamak için İran özelinde yapılan bir çalışmada turizm yoğunluğu, yatırım, konaklama, istihdam ve destinasyon türü değişkenleri kullanılmıştır (Hajilo vd. 2024). İyileşme faktörleri olarak tanımlanan verilerin mekânsal dağılımı analiz edilmiş ve kümelenme durumu ortaya konulmuştur. Krizler karşısında turizm sektörünün iyileşmesi için belirtilen faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir. COVID-19'un Endonezya'daki iç turizme etkisini inceleyen Ramadani (2022) yerli ziyaretçilerin kümelendiği alanların, yoğun nüfuslu alanlar olduğunu tespit etmiştir (Ramadani 2022). COVID-19'un kent turizmi üzerindeki etkisini incelemek için Çin ölçeğinde yapılan bir çalışmada salgından sonra seyahat alışkanlıklarının değiştiği, ziyaretlerin yerel ve doğal ortamlarda kümelendiği tespit edilmiştir (Zhong ve Dong 2023).

Türkiye'de turizm özelinde mekânsal istatistik yöntemleri ile yapılan çalışmaların yeni olduğunu söylemek mümkündür (Kervankıran ve Çuhadar 2016; Kervankıran vd. 2016; Kervankıran ve Aktürk 2017; Kervankıran ve Çuhadar 2017). Çalışmalarda turist profili, turizm arzının mekânsal dağılımı, turistlerin tutum ve davranışları, mekânsal analiz yöntemleri ile incelenmektedir (Yüncü vd. 2017). Örneğin ziyaretçi istatistiklerinin hiyerarşik kümeleme tekniği kullanılarak analiz edildiği bir araştırma sonucunda İstanbul ve Antalya'nın diğer illerden yerli ve yabancı ziyaretçi bakımından ayrıştığı ortaya konulmuştur (Atalay 2019). İl ölçeğinde işletme ve belediye belgeli konaklama sayılarının analiz edildiği bir başka çalışmada, mekânsal kümelenme ve değişim süreci tespit edilmiştir (Aktürk 2018). Turistik çekicilikler ve turist dağılımı arasındaki ilişkiyi inceleyen Yüncü vd. (2017) çalışmalarında içerik analizi, haritalama analizi, Local ve Global Moran's I otokorelasyon istatistikleri, klasik reg-

resyon ve mekânsal hata modellerini kullanmıştır. Yöntem ve modellerin sonuçlarını karşılaştırarak turizm araştırmalarında mekânsal modellerin kullanımını tartışmıştır (Yüncü vd. 2017). Demirgil vd. (2016) ise turizm sektöründe faaliyet gösteren firmaların kümelenme potansiyelini incelemiştir. Çalışma sonucunda Alanya'da konaklama işletmeleri arasındaki kümelenmenin zayıf olduğu sonucuna varılmıştır (Demirgil vd. 2016). Airbnb ilanlarının mekânsal özelliklerine odaklanan bir çalışmada dağılışı, yoğunluk ve kümelenme analizi yapılmış, Muğla ölçeğinde Airbnb ilanlarının resmi konaklama tesislerine göre daha geniş bir alanda yayılışı gösterdiği tespit edilmiştir (Zoğal ve Emekli 2024).

## YÖNTEM

Bu çalışmada Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri 2018, 2020, 2022 yılları esas alınarak analiz için düzenlenmiştir. Salgının etkilerinin belirginleştiği 2020 yılı, salgından 2 yıl öncesi ve salgından 2 yıl sonrası şeklinde yıl aralıkları belirlenmiştir. Çalışmada tesise giriş yapan yerli turistler ilçe bazında ele alınmıştır. Verilerin mekânsal dağılımını ortaya koymak amacıyla mekânsal istatistik analizlerinden Mekânsal Otokorelasyon Analizi (Moran's I ve LISA) yapılmıştır. Analiz, birbirine yakın bulunan iki noktanın değerlerinin de birbirine yakın olmasını istatistiki olarak açıklayan bir kavramdır (Er 2006; Yamada ve Thill 2007; Decrop ve Zidda 2008).

Mekânsal otokorelasyon analizleri coğrafya, turizm, ekonomi, demografi, ekoloji, kriminoloji, epidemiyoloji gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır (Er 2006; Yamada ve Thill 2007; Decrop ve Zidda 2008). Analiz iki başlık altında değerlendirilmektedir: Bunlardan biri, mekânsal olgunun geniş bir bölge üzerindeki genel modeliyle ilgilenen genel testlerdir. En yaygın türü Moran's I indeksi ile Geary's C istatistiğidir. Diğeri ise ilgilenilen olguyu etkilediği varsayılan faktörlere göre önceden belirlenmiş daha küçük bölgeleri inceleyen testlerdir (Besag ve Newell 1991). En yaygın türü Yerel Moran's I indeksi (Local Indicators of Spatial Association-LISA)'dir. Bu çalışmada da küresel ve yerel Moran's I yöntemleri ile mekânsal otokorelasyon analizi yapılmıştır. Ben-

zer özellikleri bir küme haline getiren mekânsal otokorelasyon analizinde, mekânsal otokorelasyonu test etmek için Moran's I yöntemi kullanılmaktadır (Fischer ve Getis 2009; Grekousis 2020; Haining 2003; Stillwell ve Clarke 2003). Söz konusu istatistik mekânsal dağılımın korelasyonunu vermektedir. Pozitif korelasyon, değer +1'e yaklaştığı negatif korelasyon ise değer -1'e yaklaştığı durumdaki mekânsal kümelenmeyi göstermektedir (Fischer ve Getis 2009; Grekousis 2020; Haining 2003; Stillwell ve Clarke 2003). Eğer çıkan değer 0 veya 0'a yakınsa kümelenmenin olmadığı anlaşılmaktadır. Moran's I yöntemi şu şekilde hesaplanmaktadır (Grekousis 2020):

$$I = \frac{n}{\sum_i \sum_j w_{ij}} \frac{\sum_i \sum_j w_{ij} (x_i - \bar{x})(x_j - \bar{x})}{\sum_i (x_i - \bar{x})^2} \quad (1)$$

Moran's I, veri setini bir bütün olarak ele alarak mekânsal otokorelasyonu tek bir istatistik halinde vermektedir. LISA ise örneklem konumlarını ayrı ayrı analiz etmektedir. LISA yöntemi de şu şekilde hesaplanmaktadır (Anselin 1995):

$$I_i = z_i \sum_j w_{ij} z_j \quad (2)$$

Yerel Moran's I indeks değerinin pozitif olması kümelenmenin olduğunu göstermektedir. Negatif olması durumunda farklı değerlere sahip komşulara sahip olduğunu göstermektedir. Bu şekilde değerler Yüksek-Yüksek, Yüksek-Düşük, Düşük-Yüksek, Düşük-Düşük olarak sınıflandırılmaktadır (Haining 2003; Stillwell ve Clarke 2003; Fischer ve Getis 2009; Grekousis 2020). Çalışma özelinde yüksek yüksek (YY) değer, yüksek iç turizm faaliyetine sahip kümeleri; düşük yüksek (DY) değer, düşük iç turizm faaliyetine sahip yerler ile yüksek iç turizm faaliyeti olan yerlerin komşuluğunu; düşük yüksek (DY) değer, yüksek iç turizm faaliyetine sahip yerler ile düşük iç turizm faaliyeti olan yerlerin komşuluğunu; düşük düşük (DD) değer pozitif mekânsal otokorelasyonu gösteren düşük iç turizm faaliyetine sahip kümeleri ifade etmektedir (Kang vd. 2014).

Bu çalışmada tesise giriş yapan yerli turist verilerinin mekânsal konumlarına göre (ilçe ölçeğinde) dağılımları incelenmiştir. Çalışmanın ilk aşamasında veri toplanmış ve analiz için dizayn edilmiştir. İkinci aşamada veriler otokorelasyon yöntemleri ile analiz edilmiştir. Daha sonrasında verilerin mekânsal otokorelasyon durumları ve istatistiksel anlamlılıkları tartışılmış, anlamlı kümeler oluşturup oluşturmadıkları incelenmiştir.

## BULGULAR

Sektörel açıdan incelendiğinde turizm endüstrisinin ayakta kalmasını sağlayan önemli bir kitle olmasından dolayı bu çalışmada yerli turistlerin mekânsal dağılışı pandemi dönemi, öncesi ve sonrası olarak ele alınmıştır.

Bakanlık ve Mahalli İdarelerce belgelendirilen konaklama tesislerine giriş yapan yerli turist istatistiklerine göre 2018 yılında en fazla tercih edilen sahalara; Çankaya (1.135.937), Alanya (1.037.510), Serik (890.882), Konak (871.416), Bodrum (830.531), Osmangazi (776.282), Kemer (674.758), Muratpaşa (669.461), Manavgat (649.993) ve Kuşadası (645.736)'dır. 2020 yılında ise Alanya (728.739), Çankaya (669.434), Bodrum (652.811), Serik (623.878), Konak (539.532), Manavgat (535.552), Muratpaşa (426.982), Kemer (387.992) ve Kuşadası (384.586)'dır. 2022 yılında Çankaya (1.332.304), Alanya (1.157.239), Bodrum (1.069.834), Konak (925.765), Serik (816.729), Kemer (781.106), Osmangazi (723.794), Manavgat (694.053), Seyhan (685.842) ve Kuşadası (642.205)'dir (KTB, 2018,2020,2022).

Çalışmanın kapsamını oluşturan ilgili yıllar içerisinde belediye ve bakanlık belgeli tesislere gelen yerli turistlerin tercih ettiği ilçeler arasında mekânsal ilişkinin olup olmadığını belirlemek amacıyla mekânsal otokorelasyon analizi yapılmıştır. Küresel Moran's I analizi sonucunda, 2018 yılında 0,169465; 2020 yılında 0,154348 ve 2022 yılında ise 0,166768 endeksleri elde edilmiştir (Tablo 1). Bu sonuçlar doğrultusunda ilgili yıllar içerisinde yerli turistlerin tercih ettikleri ilçelerin rassal olmadığı, mekânsal otokorelasyon olduğu sonucuna varılarak kümelenmenin olduğu belirlenmiştir (İlgili yıllarda z-puanlarının 1,96'dan büyük veya p-değerlerinin 0,005'ten kü-



Tablo 1. İlçelerdeki Yerli Turist Sayısının Küresel Moran's I Sonuçları (2018, 2020, 2022)

Yıl	Küresel Moran's I	Z-Puamı	P-Değeri
2018	0,169465	6,823999	0,000000
2020	0,154348	6,436243	0,000000
2022	0,166768	7,292273	0,000000

çük olması analiz sonuçlarının istatistiksel olarak geçerli olduğunu göstermektedir.).

Küresel Moran's I tekniği ile yerli turistlerin tercih ettikleri ilçelerde kümelenmenin olduğu sonucuna varılması üzerine bu kümelenmelerin mekânsal olarak nerelerde olduklarını belirlemek amacıyla her yıl için ayrı ayrı yerel Moran's I (LISA) yöntemi uygulanmıştır. Konaklayan kişi sayısı üzerinden yapılan bu analiz, Türkiye genelinde yerli turistlerin tercih ettiği alanların salgın ile birlikte belirgin bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur.

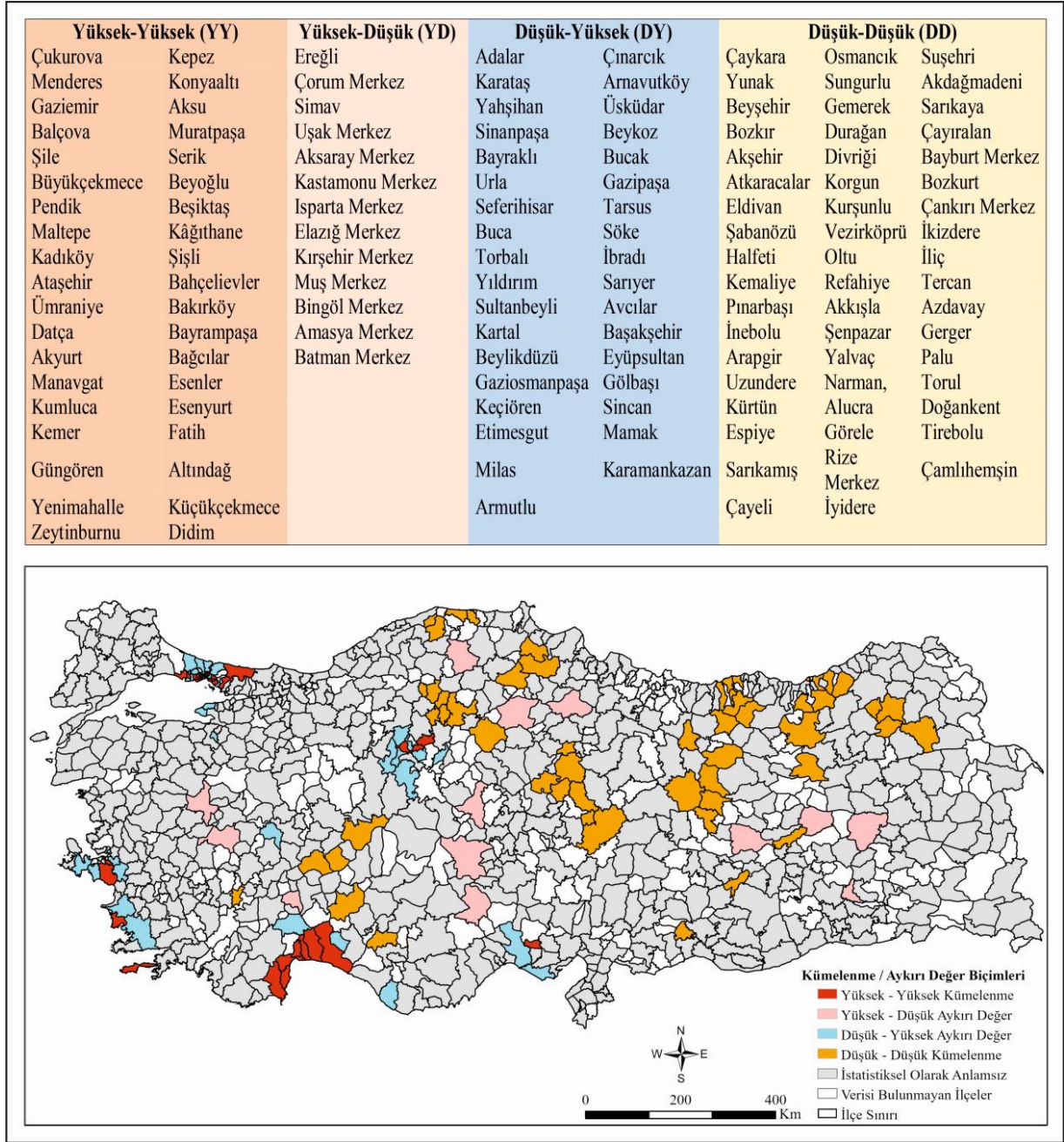
Yerli turistlerin tesise geliş sayılarına göre 2018 yılında yerel Moran's I (LISA) yöntemi için 715 ilçe analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre 38 ilçe YY kümelenme, 13 ilçe YD aykırı değer, 35 ilçe DY aykırı değer ve 54 ilçe ise DD kümelenme sınıflandırması içerisinde yer almaktadır. Geriye kalan 575 ilçe ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur.

2020 yılı yerli turistlerin tesise geliş sayılarına göre yapılan mekânsal otokorelasyon analizinde 737 ilçe analiz edilmiştir. 65 ilçe DD, 27 ilçe DY, 10 ilçe YD, 38 ilçe YY grupta yer almaktadır. Kümelenme biçimleri haritasına (Şekil 1) göre YY

kümelenmelerin yoğun olduğu iller İstanbul ve Antalya'dır. 2020 yılı istatistiklerinde DY aykırı değerler salgının etkilerinin hafiflemesinin ardından YY kümelenme içine dahil olmuştur. Yerli turistlerin tesise geliş sayılarına göre mekânsal kümelenme haritasında (Şekil 2) YY kümelenmenin daha çok turizm arzının fazla olduğu lokasyonlarda olduğu görülmektedir. YY kümelenmenin olduğu lokasyonlar yerli ve yabancı ziyaretçi sayısının fazla olduğu ve Türkiye ölçeğinde değerlendirildiğimizde turizmin sektörel olarak geliştiği yerlerdir. DY kümelenmenin olduğu ilçeler YY kümelenmelerin etrafında yoğunlaşmıştır. Genel olarak incelendiğinde YY kümelenmenin olduğu sahalar yalnızca turizm arzının yeterli olduğu alanlar değildir. Bu sahalar komşu bölgenin turizm gelişmişlik düzeyinden de etkilenmektedir. Komşu alanlar birbirlerinin turizm gelişmişlik düzeyini etkilemektedir. Belirli bir bölgedeki ziyaretçi sayısının artması komşu alandaki turist akışına olumlu etki yapmaktadır.

2022 yılı yerli turistlerin tesise geliş sayılarına göre yapılan yerel mekânsal otokorelasyon analizinde 769 ilçe analiz edilmiştir. 55 ilçe DD, 25 ilçe DY, 13 ilçe YD, 45 ilçe YY grupta yer almaktadır.



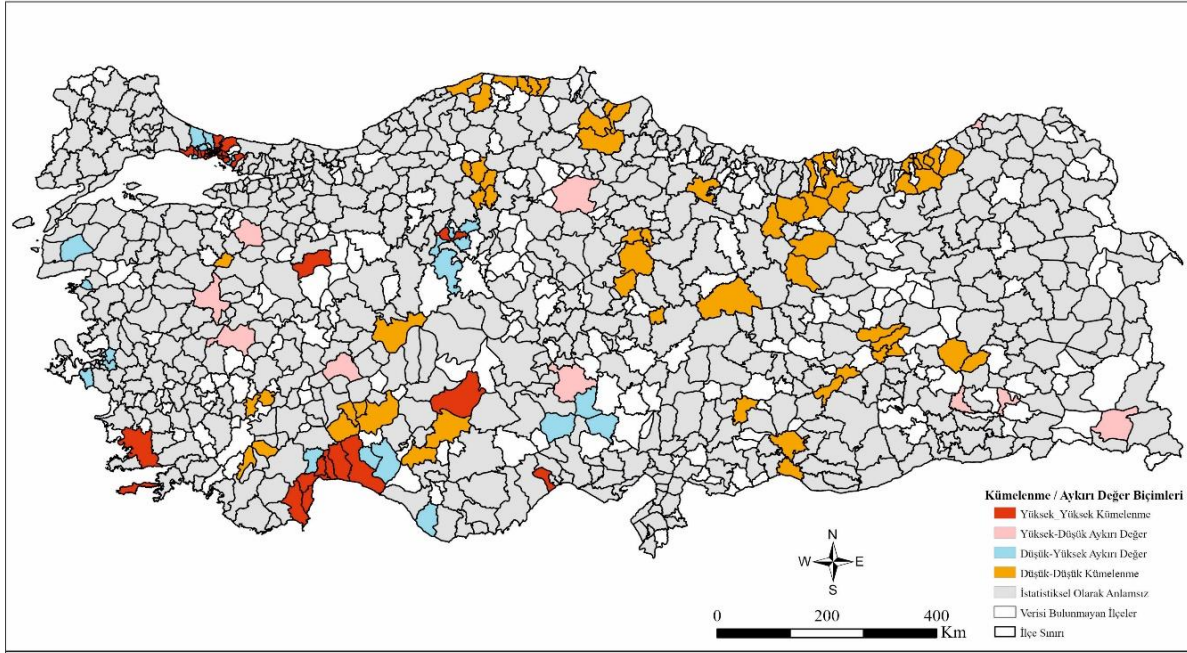


Şekil 1. Yerli Turistlerin Tesise Geliş Sayılarına Göre Mekânsal Kümelenmesi (2018)

Kümelenme biçimleri haritasına (Şekil 3) göre YY kümelenmelerin yoğun olduğu iller 2018 ve 2020 yıllarında olduğu gibi İstanbul ve Antalya'dır. 2020 yılı istatistiklerinde DY aykırı değer kümesi içinde yer alan Şahinbey, Çukurova, Gölbaşı, Karatay, Gaziemir, Bornova, Buca, Büyükçekmece, Akyurt, Zeytinburnu, Pendik, Kartal ve Maltepe

salgınun etkilerinin hafiflemesinin ardından YY kümelenme içine dahil olmuştur. 2020 yılında YY küme içinde yer alan Mezitli 2022 yılında istatistiksel olarak anlamsız küme içinde yer almıştır. 2022 yılı DD küme Sarıkaya, Siirt Merkez, Çankırı Merkez, Pınarbaşı, Develi, Sarıkaya, Çayıralan, Kulp, Cihanbeyli, Reşadiye, Dazkırı, Sungur-

Yüksek-Yüksek (YY)		Yüksek-Düşük (YD)	Düşük-Yüksek (DY)		Düşük-Düşük (DD)		
Odunpazarı	Bayrampaşa	Siirt Merkez	Adalar	Keçiören	Çumra	Bozova	İkizdere
Karatay	Bağcılar	Niğde Merkez	Ulukışla	Mamak	Of	Suruç	Güneysu
Büyükçekmece	Esenyurt	İnegöl	Çamardı	Etimesgut	Çaykara	İliç	Kalkandere
Pendik	Fatih	Çorum Merkez	Bayraklı	Gömeç	Yunak	Refahiye	Rize Merkez
Maltepe	Güngören	Hakkâri Merkez	Seferihisar	Bayramiç	Beyşehir	Akkışla	Çamlıhemşin
Kadıköy	Altındağ	Simav	Bomova	Aladağ	Bozkır	Azdavay	Yenişarbademli
Ataşehir	Yenimahalle	Hopa	Buca	Başakşehir	Dazkırı	Cide	Yakakent
Üsküdar	Milas	Uşak Merkez	Sultanbeyli	Beylikdüzü	Harmancık	Çatalzeytin	Çayeli
Ümraniye	Mezitli	Yalvaç	Kartal	Esenler	Göhlisar	İnebolu	İyidere
Beykoz	Küçükçekmece	Batman Merkez	Gazipaşa	Eyüpsultan	Tefenni	Niksar	Sason
Dağca	Muratpaşa		Akyurt	Gaziosmanpaşa	Gölbaşı	Sulusaray	Kulp
Manavgat	Serik		Akseki	Gölbaşı	Türkeli	Şebinkarahisar	Espiye
Kumluca	Beyoğlu		İbradi	Arnavutköy	Durağan	Gerger	Eynesil
Kemer	Beşiktaş		Döşemealtı		Kangal	Sütçüler	Görece
Konyaaltı	Kağıthane				Suşehri	Kavancılar	Tirebolu
Kepez	Sarıyer				Akdağmadeni	Alacakaya	Alaçam
Aksu	Şişli				Kadıışehri	Aricak	Eldivan
Bahçelievler	Avclar				Çayyralan	Palu	Kurşunlu
Bakırköy					Aksu	Torul	Şabanözü
					Bozkurt	Kürtün	Çüngüş
					Korgun	Alucra	Vezirköprü
					Atkaracalar	Doğankent	



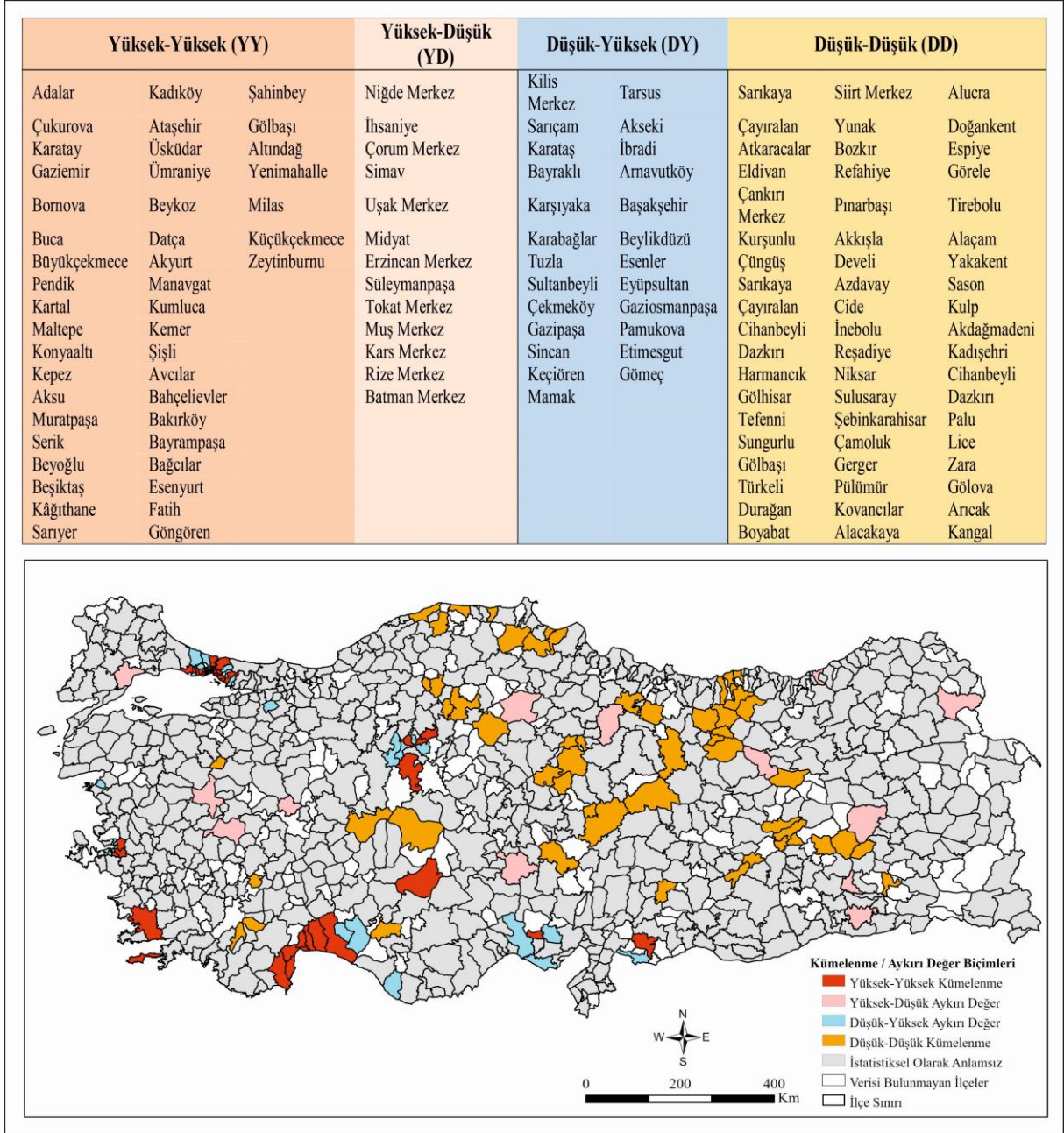
Şekil 2. Yerli Turistlerin Tesise Geliş Sayılarına Göre Mekânsal Kümelmesi (2020)

lu, Çamoluk, Lice, Zara, Pülümür, Gölova, Kovancılar ve Boyabat dahil olmuştur. 2020 yılında DD küme içerisinde yer alan Of, Çumra, Bozova, İkizdere, Suruç, Güneysu, Çaykara, İliç, Kalkandere, Rize Merkez, Beyşehir, Çamlıhemşin, Yenişarbademli, Çatalzeytin, Çayeli ve İyidere 2022 yılında DD küme içinde yer almamaktadır.

Bu doğrultuda oransal olarak 2018 yılında YY küme içerisinde yer alan ilçeler yüzde 5,3 DD kü-

me içerisinde yer alan ilçeler yüzde 7,3'tür. 2020 yılına gelindiğinde YY küme içinde yer alan ilçeler yüzde 8,4 DD küme içerisinde yer alan ilçeler yüzde 4,6'dır. 2022 yılında YY küme içerisinde yer alan ilçeler yüzde 7,4'tür. İncelenen yıllarda yüksek kümelendirmeler büyük ölçüde kıyı alanlarında yoğunlaşmıştır.





Şekil 3. Yerli Turistlerin Tesise Geliş Sayılarına Göre Mekânsal Kümelenmesi (2022)

Salgının ziyaret edilen destinasyonları değiştirdiği, turizm endüstrisinde radikal bir değişim meydana getireceği yönündeki söylemlerin istatistiksel olarak gerçekleşmediğini söylemek mümkündür (Benjamin vd. 2020; Jeon ve Yang 2021; Wu vd. 2022; Zhong ve Dong 2023). Değişimin uzun bir periyoda ihtiyacı olduğundan dolayı ilerleyen yıllarda yaşanan krizin çıktuları

daha net görülecektir. Ancak incelediğimiz kısa zaman aralığında talebin mekânsal yönünde küçük farklılaşmalar meydana gelse de radikal bir değişiklik meydana gelmemiştir. Mekânsal otokorelasyon analizi de mekânsal kalıpların yerli turistler özelinde belirgin olarak değişmediğini göstermektedir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada iç turizmin mekânsal dağılımı tanımlanmış, görselleştirilmiş ve atipik konumları veya mekânsal olarak aykırı değerleri belirlenmiştir. Türkiye ölçeğinde bakanlık ve mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesislerine giriş yapan yerli turistler üzerinden yapılan sorgulama neticesinde küme haritası oluşturulmuştur. Ortak mekânsal yapıya sahip alanlar ve aykırı değerlere sahip alanlar belirlenmiştir.

İncelenen yıllarda Moran's I istatistik değerlerinin zaman geçtikçe yükseldiği görülmektedir. Sonuçlar Türkiye'de iç turizmin giderek daha fazla fark edilir hale gelen coğrafi kümelenme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır (Kervankıran ve Çuhadar 2017). Salgının ziyaretçi sayısını negatif yönde etkilediği fakat ziyaretçi akışında belirgin bir değişim meydana getirmediği görülmüştür. 2018 yılı konaklayan yerli ziyaretçi sayısı 40.822.111 iken salgının yaşandığı 2020 yılında 29.100.813, 2022 yılında ise 46.423.734'tür. Ziyaretçi sayısının salgın sonrası dönemde hızla toparlanması, iç turizmin mekânsal kalıplarının incelenmesinin ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Krizlerin yarattığı belirsizlik, insanları tüketimden uzak durma şeklinde bir davranışa itse de 1994, 2001, 2004, 2008, 2016 ve 2020 krizleri sonrasındaki durum incelendiğinde turizmin hızla toparlandığı görülmektedir (Ayaz 2016). İncelediğimiz yıllarda yerli turist sayısında yaşanan kısa süreli düşüş, yerli turist varışları için, Moran's I istatistiklerinde herhangi bir aykırı değer oluşturmamıştır. Mekânsal dağılımında ise çok az etki yaratmıştır. Bunun nedeni muhtemelen kısıtlamalarının yerli turistlerin seyahat davranışında meydana getirdiği değişikliklerdir. Salgın döneminde yerli turistlerin ziyaretlerini yakın alanlara kaydırması da bir diğer neden olabilir.

DY ve YD değerler Türkiye iç turizmindeki mekânsal heterojenliği göstermektedir. 2018 yılında 35 DY, 13 YD değer bulunmaktadır. 2020 yılında 27 DY, 10 YD değer bulunmaktadır. 2022 yılında 25 DY, 13 YD değer bulunmaktadır. DY değere sahip alanlar az sayıda yerli turistlerin tercih ettiği ancak komşu alanların yerli turistler tarafından fazla tercih edildiği alanlardır. Söz ko-

nusu DY alanlar YY kümelenme değerine sahip alanların çevresinde yer almaktadır. YD değere sahip alanlarda ise tersi bir durum söz konusudur. Bu alanlar yerli turistlerin tercih ettiği alanlar olsa da komşu alanların yerli turistler tarafından tercih edilmemesinden dolayı bu değeri almıştır. Mekânsal otokorelasyon göstermektedir ki iç turizm talebi yabancı turistlerin ilçelere göre dağılışı ile benzer dağılım kalıplarına sahiptir (Kervankıran ve Çuhadar 2016).

Hem 2018 yılı hem 2020 yılı hem de 2022 yıllarında yerli turist varışlarının değişmediği iki odak nokta bulunmaktadır. Bu odak noktalar YY kümelenme değerlerine sahip İstanbul ve Antalya'dır. İstanbul ve Antalya, uzun bir zamandır YY kümelenme değerlerine sahiptir (Kervankıran ve Çuhadar 2017; Atalay 2019). Söz konusu alanların kalıcı bir şekilde YY kümelenme değerlerine sahip olmasının altında yatan birkaç sebep bulunmaktadır: Komşu alanların büyük nüfus kitlelerini barındırması, farklı aktivitelerin varlığı, akraba-arkadaş ziyareti ve turistik ürün çeşitliliğidir (İçellioglu 2014; Kapan ve Timor 2018). Söz konusu başlıklar İstanbul'un YY kümelenme değerlerine sahip olmasına neden olmuştur. Kolay erişim imkânına sahip olması da bir diğer etkidir. İstanbul'un destinasyon olarak popülaritesinin doğal bir sonucu olarak yatırım ve uluslararası ticareti çekmesi, iş amaçlı seyahat eden yerli ziyaretçileri de kendisine çekmektedir. Buna eşlik eden tesis ve hizmetlerin artması ziyaretçi ihtiyacının karşılanmasına, ziyaretçi memnuniyetinin artmasına ve ziyaretçi sayısının yüksek olmasına sebep olmaktadır (İçellioglu 2014). Aynı durum Antalya için de geçerlidir. Büyük hacimli tesis ve hizmetlerin varlığı ve turizm sektöründe uzmanlaşma, ziyaretçi sayısının artmasına neden olmuştur (İçellioglu 2014; Kapan ve Timor 2018).

Netice itibariyle tüm bu olumlu girişim ve adımlar salgın döneminde dahi İstanbul ve Antalya'nın YY değere sahip küme içerisinde yer almasında etkili olmuştur. Fakat 2020 yılında yaşanan salgın bu alanlar içindeki kimi lokasyonları olumsuz etkilemiştir. 2020 yılı istatistiklerinde DY aykırı değer kümesi içinde yer alan Büyükşehir, Zeytinburnu, Pendik, Kartal ve Malte-

pe, salgının etkilerinin hafiflemesinin ardından YY kümelenme içine dahil olmuştur. Yine 2022 yılı itibariyle Şahinbey, Çukurova, Gölbaşı, Karatay, Gaziemir, Bornova, Buca ve Akyurt YY değere sahip küme içerisine dahil olmuştur. İncelenen yıllarda DD değere sahip alanlar Karadeniz ve İç Anadolu bölgesinde yayılış göstermekte olup kararlı bir yapıya sahiptir. Turizm gelişimini destekleyecek tesislerin yetersiz olması, güvenlik ile ilgili problemler, turizm bilincinin eksikliği, turizme karşı önyargı, yetişmiş eleman eksikliği, tanıtım yetersizliği ve planlama sorunu bu durumun altında yatan sebeplerdir (Yeşiltaş 2009; Çiçek ve Avderen 2013; Kervankıran ve Aktürk 2017).

Özetle Türkiye'deki yerli turist akışının mekânsal dağılımının kümeleme analizi kullanılarak incelendiği bu çalışmada; salgının, mekânsal dağılım üzerindeki etkisi sorgulanmaktadır. Sonuçlar, yerli turist akışlarının kümeler halinde istikrarlı kaldığını ortaya koymaktadır. YY değere sahip kümelerin mevcudiyetinin altında yatan sebep ise Türkiye'de turizmin 1980 yılı itibariyle batı ve güney kıyılarında yoğunlaşan bir kitle endüstrisi haline gelmesidir. YY kümeler ülkenin ekonomik anlamda gelişmiş parçaları olduğundan günümüzdeki mevcut yapısı itibariyle turizm, Türkiye'deki bölgelerarası eşitsizliği gidermede henüz istenilen düzeyde değildir. Bölgesel kalkınmaya katkı sunabilecek olan iç turizm faaliyetleri, uluslararası turizmin yarattığı kitlesel yığılmaya bir alternatif olarak görülse de yerli turist tercihlerinin yabancı turist tercihleri ile benzerlik göstermesi yığılmayı beslemektedir. Yine turizm yatırımlarının belirli alanlarda yoğunlaşması ve iç turizmin öneminin uzun yıllar anlaşılabilmesi, söz konusu kitlenin sektöre sağladığı pozitif etkiden uzun yıllar yararlanamadığı anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda çalışma birçok aktör açısından pratik çıkarımlar sunmaktadır: İç turizmin mekânsal dağılımını hem bir bütün olarak hem de yerel bağlamda değerlendirmek, iç turizmin yayılma ve yoğunlaşma dinamiklerini anlamak için önemlidir. Mekânsal örüntülerin belirlenmesi ile turizm gelişimini olumlu yönde etkileyen turizm politikaları, politika yapıcılara önerilebilir ve planlamalar buna göre gerçekleştirilebilir. Bu da

bölgelerarası eşitsizlikle mücadele etmek için yararlıdır. Bir destinasyonun yakınındaki destinasyonu etkilediği göz önüne alarak hizmet sağlayıcılar, karar vericiler ve yerel halk gerekli adımları atabilir.

## KAYNAKÇA

- Adam, I., Agyeiwaah, E. ve Dayour, F. (2023). Decoding Domestic Tourism Customers' Emotional Responses to Covid-19: A Segmentation Approach, *Journal of China Tourism Research*, 19 (1): 50-73.
- Adamiak, C. ve Szyda, B. (2021). Combining Conventional Statistics and Big Data to Map Global Tourism Destinations Before COVID-19, *Journal of Travel Research*, 61(8): 1848-1871.
- Aktürk, M. (2018). Türkiye'deki Konaklama İstatistiklerinin İllere Göre Mekânsal Analizi (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Agaveva, N., Shchetilina, I. ve Kovaleva, E. (2021). Tourism in the Russian Federation: The impact of Covid-19 on the current state and prospects of development in the coronavirus pandemic, *XVII International Scientific and Practical Conference on Sustainable Development of Regions*, 128: 1-8.
- Alaeddinoğlu, F. ve Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı: 233-258.
- Anselin, L. (1995). Local Indicators of Spatial Association—LISA, *Geographical Analysis*, 27(2): 93-115.
- Arbulú, I., Razumova, M., Rey-Maqueira, J. ve Sastre, F. (2021). Can Domestic Tourism Relieve the COVID-19 Tourist Industry Crisis? The Case of Spain, *Journal of Destination Marketing & Management*, 20 (1): 1-12.
- Archer, B. (1978). Domestic Tourism as a Development Factor, *Annals of Tourism Research*, 5 (1): 126-141.
- Atalay, M. (2019). Kümeleme Analizi ile Türkiye'deki İllerin Turizm Verileri Açısından İncelenmesi, *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 2 (2): 103-115.
- Athanasopoulos, G. ve Hyndman, R. J. (2008). Modelling and Forecasting Australian Domestic Tourism, *Tourism Management*, 29 (1): 19-31.
- Ayaz, N. (2016). Ekonomik Krizlerin Turizm Sektörüne Olan Etkileri Üzerine Bir İnceleme, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (59): 1360-1371.
- Bayazıt, S. (2018). İklim Değişikliği ve Turizm İlişkisinin Türkiye İç Turizmi Açısından İncelenmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (2): 221-231.
- Benjamin, S., Dillet, A. ve Alderman, D. H. (2020). "We can't Return to Normal": Committing to Tourism Equity in the Post-Pandemic Age, *Tourism Geographies*, 22 (3): 476-483.
- Besag, J. ve Newell, J. (1991). The Detection of Clusters in Rare Diseases, *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*, 154 (1): 143-155.



- Blake, A. (2009). The Dynamics of Tourism's Economic Impact, *Tourism Economics*, 15 (3): 615-628.
- Canavan, B. (2013). The Extent and Role of Domestic Tourism in a Small Island: The Case of the Isle of Man, *Journal of Travel Research*, 52 (3): 340-352.
- Chancellor, C. C. ve Cole, S. C. (2008). Using Geographic Information System to Visualize Travel Patterns and Market Research Data, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25 (3-4): 341-354.
- Çiçek, R. ve Avderen, S. (2013). Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2): 25-35.
- Decrop, A. ve Zidda, P. (2008). Tatil Kararı Verme Tarzına Dahalı Bir Tipoloji, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (1): 84-92.
- Demirgil, H., Ünlü, H., Sezgin, A., Sungur, O. ve Dulupçu, M. (2016). Alanya Turizm Sektöründe Kümelenme ve Ağ-yapı Analizi, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8 (1): 25-41.
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2022). *Türkiye Turizm Coğrafyası* (Güncellenmiş 8. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Ekber, Ş. ve Mirzəyeva, G. (2017). Azerbaycan'da İç Turizmin Yerel Turistler Tarafından Değerlendirilmesi, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1): 1-14.
- Er, F. (2006). 2004 Yılında Türkiye'ye Gelen Yabancıların Taşıtlarına Göre Dağılımının İstatistiksel Analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (2): 184-188.
- Falk, M., Hagsten, E. ve Lin, X. (2023). Uneven Domestic Tourism Demand in Times of Pandemic, *Tourism Economics*, 29 (3): 596-611.
- Fischer, M. M. ve Getis, A. (2009). *Handbook of Applied Spatial Analysis: Software Tools, Methods and Applications*. Springer Science & Business Media.
- Fotiadis, A., Polyzos, S. ve Huan, T.C (2021). The Good, the Bad and the Ugly on COVID-19 Tourism Recovery, *Annals of Tourism Research*, 87: 1-14.
- Ghimire, K. B. (2013). The Growth of National and Regional Tourism in Developing Countries: An Overview. İçinde M. Thanegi (Ed.), *The Native Tourist: Mass Tourism within Developing Countries* (1-29). Londra: Routledge.
- Gladstone, D. L. (2005). *From Pilgrimage to Package Tour: Travel and Tourism in the Third World* (1. Baskı). Londra: Routledge.
- Gökdeniz, A., Dinç, Y., Aşık, N. A., Münger, L. ve Taşkıran, H. (2009). Türkiye'de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık'ta Müşteri Arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri, *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (22): 216-231.
- Grekousis, G. (2020). *Spatial Analysis Methods and Practice: Describe – Explore – Explain through GIS*. ABD: Cambridge University Press.
- Haddad, E. A., Porsse, A. A. ve Rabahy, W. (2013). Domestic Tourism and Regional Inequality in Brazil, *Tourism Economics*, 19 (1): 173-186.
- Haining, R. P. (2003). *Spatial Data Analysis: Theory and Practice*. Büyük Britanya: Cambridge University Press.
- Hajilo, M., Pennington-Gray, L., Tahmasbi, S. ve Gheshlagh, S. I. (2024). Understanding Spatial Tourism Destination Recovery in Iran Based on a Destination Attribute Recovery Index for COVID-19, *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 32 (1): 1-16.
- Hudman, L. E. (1989). Changing Travel Patterns of Residents of the USA Travelling Overseas, *Tourism Management*, 10 (3): 261-265.
- İçellioglu, C. Ş. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un SWOT Analizi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1: 37-55.
- Jeon, C.-Y. ve Yang, H.-W. (2021). The Structural Changes of a Local Tourism Network: Comparison of Before and After COVID-19, *Current Issues in Tourism*, 24 (23): 3324-3338.
- Kang, S., Kim, J. ve Nicholls, S. (2014). National Tourism Policy and Spatial Patterns of Domestic Tourism in South Korea, *Journal of Travel Research*, 53 (6): 791-804.
- Kapan, K. ve Timor, A. N. (2018). Turizm Gelişme Modelleri Açısından Antalya Şehri, *Türk Coğrafya Dergisi*, 71: 53-61.
- Karaman, S. ve Dinç, O. (2022). İç Turizm ve Datça Yöresinde Bir Uygulama, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 14 (2): 146-176.
- Kervankıran, İ. ve Aktürk, M. (2017). Türkiye'deki Konaklama İstatistiklerinin İllere Göre Mekânsal Analizi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 36: 83-96.
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2016). Türkiye'de Yabancı Turist Dağılımının Mekânsal Kümelenme Analizi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3 (3): 53-64.
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2017). Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi ve Mekânsal İstatistik Yöntemlerle Analizi, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2): 1-18.
- Kervankıran, İ., Temurcin, K. ve Yakar, M. (2016). The Development of Museology in Turkey, a Spatial Analysis of Museums and their Contribution to Tourism in Turkey, *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7 (13): 1-22.
- KTB. (2023). Turizm İstatistikleri -2022. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/>, Erişim tarihi: 11.10.2023
- Li, X., Meng, F. ve Uysal, M. (2008). Spatial Pattern of Tourist Flows Among the Asia-Pacific Countries: An Examination over a Decade, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13 (3): 229-243.
- Lin, V. S., Qin, Y., Li, G. ve Jiang, F. (2022). Multiple Effects of "Distance" on Domestic Tourism Demand: A Comparison Before and After the Emergence of COVID-19, *Annals of Tourism Research*, 95: 1-13.
- Ma, X., Yang, Z. ve Zheng, J. (2022). Analysis of Spatial Patterns and Driving Factors of Provincial Tourism Demand in China, *Scientific Reports*, 12 (1): 1-15.
- Mazimhaka, J. (2007). Diversifying Rwanda's Tourism industry: A Role for Domestic Tourism, *Development Southern Africa*, 24 (3): 491-504.

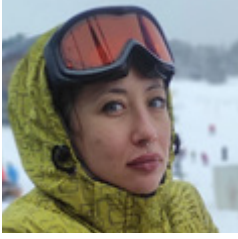
- Moya Calderón, M., Chavarría Esquivel, K., Arrieta García, M. M. ve Lozano, C. B. (2022). Tourist Behaviour and Dynamics of Domestic Tourism in Times of COVID-19, *Current Issues in Tourism*, 25 (14): 2207-2211.
- Özdemir, P. (2016). Türkiye'de İç Turizm, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2): 159-168
- Özgüç, N. (2015). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler* (8. Baskı). İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Pearce, D. G. (1979). Towards a Geography of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 6 (3): 245-272.
- Perdue, R. R. ve Gustke, L. D. (1985). Spatial Patterns of Leisure Travel by Trip Purpose, *Annals of Tourism Research*, 12 (2): 167-180.
- Ramadani, M. (2022). The Effect of Regional Economic Activities on Domestic Tourism during the Covid-19 Pandemic in Indonesia, *Journal of International Conference Proceedings*, 5 (5): 61-69.
- Stillwell, J. ve Clarke, G. (2003). *Applied GIS and Spatial Analysis*. Büyük Britanya: John Wiley & Sons.
- UNWTO. (2010). International Recommendations for Tourism Statistics 2008. World Tourism Organization, <https://unstats.un.org/>, Erişim tarihi: 30.01.2024
- UNWTO. (2020a). International Tourist Numbers Could Fall 60-80yüzde in 2020, UNWTO Reports. World Tourism Organization, <https://www.unwto.org/>, Erişim tarihi: 30.01.2024
- UNWTO. (2020b). Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities. World Tourism Organization, <https://www.e-unwto.org/>, Erişim tarihi: 30.01.2024
- Wang, T., Wang, L. ve Ning, Z.-Z. (2020). Spatial Pattern of Tourist Attractions and its Influencing factors in China, *Journal of Spatial Science*, 65 (2): 327-344.
- Williams, S. (2009). *Tourism Geography: A New Synthesis* (2. Baskı). Londra: Routledge Contemporary Human Geography Series.
- Wu, D. C., Cao, C., Liu, W. ve Chen, J. L. (2022). Impact of Domestic Tourism on Economy under COVID-19: The Perspective of Tourism Satellite Accounts, *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3 (2): 1-10.
- Yamada, I. ve Thill, J.-C. (2007). Local Indicators of Network-Constrained Clusters in Spatial Point Patterns, *Geographical Analysis*, 39 (3): 268-292.
- Yang, Y. ve Wong, K. K. F. (2013). Spatial Distribution of Tourist Flows to China's Cities, *Tourism Geographies*, 15 (2): 338-363.
- Yeşiltaş, M. (2009). Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3: 250-269.
- Yüncü, D. K., Kantar, Y. M., Aktaş, S. G. ve Sezerel, H. (2017). Turist Çekicilikleri ve Turist Akışı Arasındaki İlişkilerin Mekânsal Bağımlılığa Dayalı Olarak İncelenmesi, *Social Sciences*, 12 (4): 232-247.
- Zaman, S. ve Erdoğan, H. (2022). Salgınun Turizme Etkilerine Coğrafi Bir Bakış. İçinde; Ş. Yiğit, Ö. Nariç, U. Özgür ve V. Alaeddinoğlu (Editörler), *Toplumsal Araştırmalar Kitabı II* (1. Baskı). Ankara: Atatürk Üniversitesi Yayınevi.
- Zhang, S., Zhong, L., Ju, H. ve Wang, Y. (2019). Land Border Tourism Resources in China: Spatial Patterns and Tourism Management, *Sustainability*, 11 (1): 1-20.
- Zhong, L. ve Dong, Y. (2023). Changes in the Size of Domestic Tourists in Mainland China Under the Impact of COVID-19, *International Journal of Tourism Cities*, 1: 1-19.
- Zoğal, V. ve Emekli, G. (2024). Muğla'da Airbnb İlanlarının Coğrafi Boyutları ve Mekânsal Özellikleri, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 22 (1): 44-70.

**Serhat Zaman - Hatice Erdoğan - İbrahim Eşim**



Serhat ZAMAN

Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı'ndan mezun oldu (1999). Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (1999). Yüksek lisans (2002) ve doktora derecesini (2005) Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamladı. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi'nde görev yaptı (1999-2009). Doçent oldu (2009). Ardından Akdeniz Üniversitesi'nde görev yaptı (2011). Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi'nde görev yaptı (2012-2016). Profesör oldu (2014). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü'nde göreve başladı (2016). Halen Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; beşeri coğrafya, turizm coğrafyası ve coğrafya eğitimidir.



Hatice ERDOĞAN

Sakarya Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nden mezun oldu (2017). Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2018). Yüksek lisans derecesini Bursa Uludağ Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nden aldı (2019). Doktora eğitimine Bursa Uludağ Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nde devam etmektedir. Halen Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; kültür, turizm ve beşeri coğrafyadır.



İbrahim EŞİM

Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü'nden mezun oldu (2016). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı'nda Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2018). Yüksek lisans derecesini Bursa Uludağ Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nden aldı (2020). Doktora eğitimine Bursa Uludağ Üniversitesi Coğrafya Bölümünde devam etmektedir. Halen Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; göç, kültür, sosyal ve beşeri bilimlerdir.

## Kente Karşı İşlenen Suçlar Bağlamında Grand İsis Otel Örneği: Otellerin Güvenliğini Yeniden Düşünmek\*

*The Case of Grand İsis Hotel in the Context of Crimes Against City: Rethinking the Safety and Security of Hotels*

Arzu TOKER\*\*, Rumeysa UNAT\*\*\*

\*\*Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Yunus Emre Kampüsü, 26470, Tepebaşı, Eskişehir.

E-Posta: arzutoker@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0619-9941

\*\*\* (Sorumlu Yazar) Arş. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, 50300, Nevşehir.

E-Posta: rumeysaunat@nevsehir.edu.tr

ORCID: 0009-0002-6872-7620

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 18 Şubat 2024

Birinci düzeltme: 10 Nisan 2024

İkinci düzeltme: 21 Mayıs 2024

Kabul: 29 Mayıs 2024

**Anahtar sözcükler:** Deprem, Kente karşı suçlar, Otellerde güvenlik konuları, Adıyaman, Grand İsis Otel.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 18 February 2024

Resubmitted: 10 April 2024

Resubmitted: 21 May 2024

Accepted: 29 May 2024

**Key words:** Earthquake, Crimes against city, Safety and security issues in hotels, Adıyaman, Grand İsis Hotel.

### ÖZ

Türkiye'de büyük kayıplara yol açan Kahramanmaraş depreminde çöken yüzlerce bina, binlerce insanın ölmesine neden olmuştur. Adıyaman'da yıkılan binalar arasında şehrin en büyük oteli Grand İsis Otel'in de olması gözleri konuklarına mezar olan otellere çevirmiştir. Depremde yıkılan tek otel olmasa da Türkiye eğitim gezisinde olan turist rehberi adayları ile KKTC'li çocuk voleybolcuların bu enkazda ölmesi Grand İsis Otel'i, mezar otellerin sembolü hâline getirmiştir. Bu çalışmada kentlere karşı işlenen suçlar bağlamında ele alınabilecek suistimallerin; Grand İsis Otel örneğinden yola çıkarak Kahramanmaraş depreminde yıkılan tüm otellerin durumunu, hataların çerçevesini ve turizm medyası yoluyla kamuoyunda nasıl temsil edildiğini ortaya koymak amacıyla nitel araştırma yaklaşımlarından durum çalışması benimsenmiştir. Araştırmanın verilerini, turizm medyasının en çok okunan beş platformunda yayımlanan depremde yıkılan oteller ile ilgili 156 haber metni oluşturmuştur. Haber metinleri nitel veri analiz programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Analizler sonucunda ilgili haberlerin, yıkılan otellerin temsiliyeti, enkaz altındakilerin temsiliyeti, Grand İsis Otel'in mezar otel olarak sembolleşmesi ve deprem sonrası çağrışımlar ile ilgili bulgular elde edilmiştir.

### ABSTRACT

The Kahramanmaraş earthquake in Türkiye caused substantial losses, resulting in the collapse of hundreds of buildings and the death of thousands of people. Among the buildings that collapsed in Adıyaman was the city's largest hotel, the Grand İsis Hotel, which turned the focus into hotels that became graves for their guests. Although it was not the only hotel that collapsed during the earthquake, the deaths of tourist guide candidates on an educational trip from Turkey and child volleyball players from the Turkish Republic of Northern Cyprus in this wreckage made the Grand İsis Hotel a symbol of such tragic events. This study adopts case study approach, one of the qualitative research methodologies, to investigate the malpractices that can be considered crimes against cities, using the example of the Grand İsis Hotel to explore the condition of all the hotels that collapsed during the Kahramanmaraş earthquake, the scope of the errors, and how these issues were represented in the tourism media. The data for this research consists of 156 news related to the hotels that collapsed during the earthquake, published on the five most widely read tourism media platforms. These news were analyzed using a qualitative data analysis program. The analysis revealed findings related to the representation of the collapsed hotels, the representation of those trapped under the rubble, the symbolism of the Grand İsis Hotel as a "Grave Hotel", and the post-earthquake associations.

#### Makalenin kaynak gösterme şekli:

Toker, A. ve Unat, R. (2024). Kente Karşı İşlenen Suçlar Bağlamında Grand İsis Otel Örneği: Otellerin Güvenliğini Yeniden Düşünmek, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35 (1): xx-xx

"İthaf: Bu yazı, Kahramanmaraş Depremi'nde yıkılan İsis Otel'de hayatını kaybeden Anadolu Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü Mezun Öğrencisi Sevgili Nazımcan Hartlap'ın hatırasına adanmıştır."

\* Bu makale, 20-22 Eylül 2023 tarihleri arasında İstanbul'da düzenlenen X. Ulusal Sosyoloji Kongresi'nde özet bil-

diri olarak sunulan ve özet bildiri kitabında yayımlanan "Kente Karşı İşlenen Suçların Cansız Tanıkları: İsis Otel Örneği" başlıklı bildirinin geliştirilmiş halidir.

## GİRİŞ

Kentsel mekânlar, 1970'li yılların ortalarından itibaren neoliberalleşmenin etkisiyle büyük değişimlere uğramıştır (Bahçeci 2017). Neoliberalleşme, kamu mal ve hizmetlerinin özelleştirilmesi ve yabancı yatırımcılara yönelik kolaylıklar sunulması yoluyla kentlerde imar yolsuzlukları ve yapı ihmallere neden olmuştur (Çelik 2012; Karadağ ve Durukan 2022). Bu süreçte ortaya çıkan kente karşı işlenen suçlar, ekonomik, kültürel, fiziksel ve toplumsal açıdan kentlere zarar vermekte, hatta bu değerleri yok edebilmektedir (Mengi 2007). İmar suçları, imar planlarına uyulmadan inşa edilen binalar ve kaçak yapılar, doğal afetlerde can ve mal kayıplarına neden olmaktadır. Hızlı kentleşme, bireysel özgürlüklerin artması ve denetim eksiklikleri de bu suçların artmasına katkıda bulunmaktadır (Geray 2007; Ertan 2014).

Türkiye'de kente karşı işlenen suçlar, genellikle imar suçları aracılığıyla gerçekleşmektedir (Akalin 2018). Özellikle sahil bölgelerindeki otellerin inşasında, Turizm Teşvik Kanunu'nun sağladığı esneklikler nedeniyle ciddi imar ihlalleri yaşanmaktadır (Karasu 2007a). Bu tür ihlaller, çarpık kentleşme ve yasadışı yapılaşma ile birleşerek, kentlerin doğal, kültürel ve fiziksel yapısında tahribata yol açmaktadır (Karo 2017). Kente karşı suç işleyenler bireyler, şirketler, işletmeler ya da kamu kurum ve kuruluşları olabileceği gibi bu suçları görmezden gelenler de olabilir. Ayrıca kente karşı suç işleyenler tanımlanırken bireylerin yalnızca kişisel çıkarları için suç işlediğini düşünmek doğru değildir. Çünkü imar uygulamalarında merkezi ve yerel yönetimlerin de sorumluluğu bulunmaktadır. Buradan yola çıkarak kente karşı suçun aktörlerini kent halkı, sivil toplum kuruluşları, merkezi ve yerel yönetimler olarak dört grupta incelemek mümkündür (Karasu 2007a). Kentsel dönüşüm projeleri de bazen kamu yararından çok ekonomik kazanç amaçlı yapılmakta ve bu durum kente karşı işlenen suçlar olarak değerlendirilmektedir (Köseoğlu ve Sönmez 2022). Uluslararası alanyazında da benzer şekilde, neoliberalleşme politikaları sonucunda ortaya çıkan imar yolsuzlukları ve çevresel suçlar, kent mekânlarının korunmasını zorlaştır-

maktadır (Green 2005; Barbieri vd. 2007; Chiodelli 2019; Urano 2022).

İmar planlarına uyulmadan inşa edilen otellerin deprem gibi doğal afetlerde ciddi riskler taşıdığı ve büyük kayıplara yol açtığı vurgulanmaktadır (Sezgin ve Karagöz 2023). Mevcut çalışma, imar suçlarının turizmle ilişkisini ele alarak, misafirlere güvenli bir konaklama ortamı sunması gereken otellerde, gerek inşa aşamasında imar planlarına uyulmadığı gerekse denetim mekanizmasının yeterince işlemediği için oluşan ciddi can ve mal kayıplarının önlenmesi gerekliliğine ve konaklama işletmelerinin depreme karşı dayanıklılığının önemine dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, kentlere karşı işlenen suçlar bağlamında değerlendirilebilecek suistimallerin Grand İstias Otel örneğinden yola çıkarak Kahramanmaraş depreminde yıkılan tüm otellerin durumunu, hataların çerçevesini ve turizm medyası yoluyla kamuoyunda nasıl temsil edildiğini ortaya koymak amacıyla nitel durum çalışması benimsenmiştir. Araştırma verileri, turizm medyasında en çok okunan beş platformda yayımlanan ve depremde yıkılan otellerle ilgili olan 156 haber metninden oluşmaktadır. Bu haber metinleri, nitel veri analiz programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, haberlerin yıkılan otellerin temsiliyeti, enkaz altındaki otellerin temsiliyeti, Grand İstias Otel'in "mezar otel" olarak sembolleşmesi ve deprem sonrası çağrışımlar ile ilgili bulgular ortaya çıkmıştır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE: KENTE KARŞI İŞLENEN SUÇLAR

Kentler bireylerin sosyolojik olarak heterojen dağılım gösterdiği topluluklardan meydana gelen, yoğun ve kalıcı yerleşim birimleridir (Wirth 1938). Yahyagil (1998) kent kavramının çok boyutluluğunu göz önüne alarak yaptığı tanımda kentin; mekân, demografi, yönetim özellikleri, ekonomik bağlantılar, toplumsal ve siyasal yapılanmalar ve tüm bunların yarattığı karmaşık etkileşim ağının belirlediği farklı bir yaşam şekli ve kültürel değerler sistemi olduğunu belirtmiştir. Kent olgusunun bu çok boyutlu karmaşık yapısı, onunla ilişkilendirilecek kavramların da bu çeşitliliği ve bütüncül bakış açısını karşılayacak şekil-



de kullanılmasını gerektirmektedir. Kente karşı suç kavramı ise alanyazında, kenti bir bütün olarak ele almakla birlikte onun çeşitli bileşenlerine yönelen her türlü suç oluşumunu içeren şemsiye bir ifade olarak kullanılmaktadır.

Ülkemizde ilk defa Mimarlar Odası tarafından 1961 yılında dile getirilen (Karasu 2007a) kente karşı suç kavramı, kenti bir bütün olarak değerlendiren ve kentin fiziksel yapısına, kentlilere, kentin ekonomisine, kenti oluşturan doğal ve kültürel değerlere verilen zararları ifade eden bir kavramdır (Mengi 2007). Kente karşı işlenen suçlar yerlere çöp atılması, balkonlara çamaşır asılması, kent içindeki işletmelerin yayalara ait kaldırımlara kadar taşması, bireysel rant elde etme çabası, kişisel faydaların kamu ve toplum faydasının önüne geçmesi gibi çeşitli eylemlerden oluşmaktadır. Bu eylemler kentin doğal, fiziksel ve kültürel değerlerine zarar verirken, ekonomik boyutta da toplum içinde adaletsizlik ve eşitsizlik sonucunu doğurmaktadır. İmar planları yapılırken kamu yararının gözetildiği kabul edilmektedir. Eğer kamu yararı gözetilirse kentlerde fiziksel anlamda güvenlik ve sağlık problemlerinin oluşmaması beklenir. Aksi takdirde bireysel çıkarlar ön planda tutulduğunda toplumda adaletsiz gelir dağılımının ortaya çıkması, kent değerlerinin zarar görmesi veya yok olması ve çeşitli çevre sorunları yoluyla kente karşı suç işlenmiş olacaktır (Keleş ve Mengi 2017).

Kente karşı suç, birçok olguyu kapsamasına rağmen ağırlıklı olarak hızlı kentleşmeyle bağlantılı olarak gündeme gelmektedir (Keleş 2007). Kentlerde nüfusun hızlı artışı, heterojenlik, bireysel özgürlüklerin artmasıyla beraber denetimin güçleşmesi, toplumda gelenek ve göreneklerin yok olmaya başlaması gibi sebepler kentleri kontrol edilmesi zor mekânlar hâline getirmiş ve böylece kentlerde suçu doğuran olaylar da artış göstermiştir (Ertan 2014). Hızlı, sağlıksız ve çarpık kentleşme ve henüz yeterince kentlileşmemenin sebep olduğu sorunlar; kültürel, doğal ve tarihi değerlerin zarar görmesine yol açmaktadır. Benzer biçimde, bireylerden başlayarak kurumlar ve yerel/merkezi yönetimlerin herhangi birinin kasıtlı veya kusurlu davranışlarının sonuçları da

söz konusu değerlerin tamamen kaybedilmesine yol açmaktadır (Keleş 2007).

Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği (TMMOB) İzmir İl Koordinasyon Kurulu'nun yürüttüğü coğrafi bilgi sistemleri tabanlı bir çalışmada (TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası 2019) kent suçu olarak tanımlanan unsurlar ağırlıklı olarak imar uygulamalarına odaklanmıştır. Buna göre kente karşı suçların kapsamını oluşturulan unsurlar şu şekildedir:

Hava kalitesinin, tarım topraklarının, hayvancılığın, su kaynaklarının (yeraltı ve yerüstü) miktar ve kalitesinin, biyoçeşitliliğin, ekosistemlerin ve yaşam alanlarının zarar görmesine sebep olacak, çeşitli çevre sorunlarına yol açan ayrıcalıklı imar hakkı sağlayan, altyapı kapasitesinin üstünde yoğun yapılaşmaya neden olan çeşitli uygulamalar ile; kamu arazilerinin özelleştirilmesi sonucu satışı gerçekleşmiş arazilerde rant sağlayıcı ayrıcalıklar getiren, kentsel adaleti ortadan kaldıran, kent silüetini bozan, tarihsel, doğal ve kültürel olarak korunması gerekli alanları tahrip eden, kent belleği açısından önemli değerlerin yok olmasına neden olan, sosyal dokuyu olumsuz etkileyen, barınma, ulaşım, beslenme gibi temel insan haklarını gasp eden, kamuyu zarara uğratan, kamu yararı içermeyen parsel bazlı plan değişiklikleri ve proje bazlı uygulamalar kente karşı suçların kapsamını oluşturmaktadır.

Görüldüğü üzere kente karşı işlenen suçlar, tüm canlılarla ilgili olarak doğal, kültürel, toplumsal yaşama zarar verecek her türlü eylem ile ilgili olarak ortaya çıkabilmektedir.

Kente karşı suç kavramı gündeme geldiğinde en çok tartışılan konu kente karşı suç kavramının yasalar tarafından yeterince tanınmadığı düşüncesidir (Karasu 2007a). Türk Ceza Kanunu'nda (TCK) kente karşı suça yönelik düzenlemeler olsa da bunlar yeterli görülmemektedir ve bu suçların önüne geçmek için öncelikle bu suçların yasalarca tanınması ve devamında caydırıcı cezaların uygulanması gereklidir (Keleş 2007). Günden güne artan kentsel sorunlar sonucunda TCK'de (2004) yapılan değişiklik sonrasında kente karşı suç kavramı tam olarak ifade edilmemiş olsa da kente ve çevreye yönelik birtakım suçlar kanuna eklenmiştir (Karasu 2007a). Resmî Gazete'de 2004 yılında yayımlanan 5237 No.lu

kanunda *Topluma Karşı Suçlar* başlığı altındaki *Çevreye Karşı Suçlar*; “çevrenin kasten kirletilmesi” (Madde 181), “çevrenin taksirle kirletilmesi” (Madde 182), “gürültüye neden olma” (Madde 183) ve “imar kirliliği” (Madde 184) olarak dört gruba ayrılmıştır. TCK’de yer alan imar kirliliği maddesi kente karşı suçlar bağlamında değerlendirilebilecek bir husustur. Bu minvalde yasalarca kente karşı suçların yer bulmaya başladığı yorumu yapılabilmektedir.

Güvenlik temel bir insan hakkı olduğundan (Aliağaoğlu ve Uğur 2021), kente karşı işlenen suçlar da doğrudan kentin ve kentlilerin güvenliği ile ilgilidir. Toplumlar da uygarlıktan ve gelişmişlikten söz edebilmek için öncelikli olarak kentlerde güvenliğin sağlanması gerekmektedir (Aksoy 2007). Kent güvenliğini tehdit eden bir unsur olarak depremler söz konusu olduğunda, insan yararı gözetmeyen imar uygulamaları ve bu uygulamaların sorumluları bir güvenlik tehdidi olarak ortaya çıkmaktadır. İstanbul ve Van depremlerinden sonra yasal düzenlemelerle bu gibi sorunların üstesinden gelinmeye çalışılmış ancak kaçak yapılaşmanın önüne geçmek olanaklı olmamıştır. Depremler sonucu yıkımların temel nedeni olan nitelikli yapı sorunlarına rağmen 2018 yılında çıkarılan İmar Barışı bu sorunları daha da derinleştirmiştir (Kalonya ve Yıldırım 2020).

### İlgili Alanyazın

Alanyazında kente karşı işlenen suçların nedenleri ile ilgili olarak farklı bakış açıları sunulmaktadır. Ertan (2014), hızlı kentleşme, heterojenlik, bireysel özgürlüklerin artması ve denetim zorluklarının bu suçların başlıca sebepleri olduğunu ileri sürerken, Geray (2007) bu suçların temelinde “rant dürtüsü” olduğunu vurgulamaktadır. Keleş ve Mengi (2017) ise bu suçların yalnızca bireysel çıkar peşinde koşanlardan değil, aynı zamanda kamu kurumlarının ihmallerinden kaynaklandığını ileri sürmektedir. Akalın (2018), imar suçlarının planlama ve karar süreçlerindeki usulsüzlüklerden kaynaklandığını belirtirken, Karo (2017) yasadışı yapılaşmanın ve çarpık kentleşmenin kentsel çevreye zarar verdiğinin altını çizmektedir. Köseoğlu ve Sönmez (2022) ise

kentsel dönüşüm projelerinin çoğunlukla ekonomik kazanç amaçlı yapıldığını ve kamu yararını göz ardı ettiğini ifade etmektedir. Bu görüşler, kente karşı suçların çok boyutlu doğasını ortaya koymaktadır.

Kente karşı işlenen suçların azaltılması için Kalonya ve Yıldırım (2020), bu suçların yasalarca tanınması ve katı yaptırımların uygulanması gerektiğini savunmaktadır. Karo (2017) ise kentin doğal ve kültürel yapısını koruyacak imar planlarının uygulanması, bireysel yapılaşma yerine toplu yapılaşmanın teşvik edilmesi ve kent bilincinin geliştirilmesi gerektiğini önermektedir. Ayrıca merkezi ve yerel yönetimlerin, eğitim kurumlarının, halkın ve STK’lerin iş birliği yaparak kamu yararını ön planda tutmaları gerektiğini vurgulamaktadırlar.

Uluslararası alanyazında, kente karşı işlenen suçlar neoliberal politikalar sonucunda ortaya çıkan imar yolsuzlukları, çevresel kirlilik suçları ve imar ihlalleri bağlamında ele alınmaktadır. Green (2005), Marmara, Gölçük ve Bingöl depremlerini inceleyerek, felaketlerin yıkıcı sonuçlarının devlet gücü, yolsuzluk, şirket gücü ve organize suçlar arasındaki ilişkiler ile bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur. Barbieri vd. (2007), Brezilya’daki tabakhane ve ayakkabı fabrikalarının atık sularından kaynaklanan çevre kirliliğini incelemiş ve denetimlerin artırılmasını önermiştir. Tseng vd. (2008), yasal yönetmelikler ile uygulama arasındaki uyumsuzluklardan kaynaklanan yapı ve imar ihmallerine dikkat çekmiştir. Chiodelli (2019), Milano’da kamu kurumlarının mafya tipi organize suç örgütleriyle ilişkilerini ve bu örgütlerin kamu karar mercilerine nüfuz etme biçimlerini incelemiştir. Urano (2022), turizmle ilgili çevre suçlarını, özellikle kalıcı koruma alanları ve yerli halkın yaşadığı bölgelerde turizm alanlarının inşası bağlamında ele almıştır. Bu çalışmalar, neoliberal politikalar ve devlet gücünün ekonomik paydaşlar arasında bölünmesinin imar yolsuzluklarını artırdığı ve bu suçların genellikle siyasi erk tarafından işlendiğini göstermektedir (Mosedale 2016).

Türkiye’de kente karşı işlenen suçlar çoğunlukla imar suçları aracılığıyla gerçekleşmekte olup (Akalın 2018), bu çalışmada da ağırlıklı olarak

bu bağlam ele alınmıştır. Özellikle otel yapılaşmaları üzerine yapılan bilimsel çalışmalar sınırlıdır. Karasu (2007a), Turizm Teşvik Kanunu'nun sağladığı esnekliklerle sahil bölgelerindeki otel inşaatlarında ciddi imar ihlalleri yaşandığını belirtmiş ve plansızlığın kentsel yaşama maliyetinin deprem felaketi olabileceği uyarısında bulunmuştur. Alp (2012), kıyı alanlarındaki imar uygulamalarını ele alarak, bu bölgelerdeki ikincil konutları, imtiyazlı imar haklarını ve dere yatakları ile heyelan alanlarındaki yapılaşmaları kente karşı işlenen suçlar olarak değerlendirmiştir. Bu suçların fiziksel, sosyal ve siyasal birçok soruna yol açtığını vurgulamıştır.

İlgili alanyazın bir bütün olarak değerlendirildiğinde, kente karşı işlenen suçların kapsamı, nedenleri, sorumluları ve bu suçların azaltılması yönünden ele alındığı görülmektedir. Mevcut çalışmada ise imar usulsüzlükleri bağlamında kente karşı işlenen suçlar konaklama işletmelerinin güvenliği açısından incelenecektir. Bu çalışmanın özellikle deprem gibi doğal afetlerde konaklama işletmelerinin güvenliğini gündeme alması önemli bir boşluğu doldurduğu söylenebilir.

#### **Kahramanmaraş Depremi ve Enkaza Dönen Oteller**

Turizm yatırımları yapılırken göz önüne alınan birçok önemli unsurdan biri işletmelerin kontrolünde olmayan doğal unsurlardır. Yatırım yerinin deprem bölgesi olup olmaması, arazi yapısı veya toprak kayması vb. unsurlar yatırım yerini veya alınacak önlemlerin boyutunu etkileyecektir. Örneğin bir otel, deprem bölgesinde inşa edilecekse depreme dayanıklı olmalı ve çok katlı inşa edilmemelidir (Tekeli 2021). Yatırımların, karar ve uygulama süreçlerinin ilgili yasa ve yönetmelikler doğrultusunda yürütülmemesi bireyden topluma uzanan bir ölçekte büyük yıkımlara neden olacaktır. Zira Kahramanmaraş depreminde yıkılan otellerde çok sayıda insan hayatını kaybetmiştir.

İmar sorunları, yalnızca konutları ya da o kentin sakinlerini değil yaşamın olağan akışı içerisinde kullanılan tüm yapıları ve kente başka yerlerden geçici süreliğine gelen insanları da etkilemektedir. Türkiye'deki yıkıcı depremler incelendiğinde, binlerce konutun yanı sıra çok sayı-

da konaklama işletmesinin de yıkıldığı, enkaza döndüğü ve konukları için güvenli bir barınma yerinden çıkıp bir mezara dönüştüğü görülmektedir. Oysaki turistler için otel seçiminde belirleyici faktör, konaklayacakları yerde kendilerini güvende hissedebilmeleridir. Ancak doğanın işleyişinin ve beşerî yaşamın bir unsuru olan depremler, bir kenti etkilediğinde, can ve mal kaybı potansiyeli nedeniyle bir afet hâline gelmekte ve bir güvenlik sorunu olmaktadır. Bu nedenle mevcut ve yeni inşa edilen yapıların yürürlükteki deprem yönetmeliklerine göre sismik performansının ve tasarım yeterliliğinin değerlendirilmesi gerekir. Otel binalarının konukları için güvenli olması gerekliliğinin yanı sıra depremler için güvenli bir sığınma alanı olarak hizmet verecek olması bu zorunluluğun önemini gözler önüne sermektedir (Karaman ve Foroughi 2023).

Türkiye'de son 84 yılda kaydedilen en güçlü deprem olan 6 Şubat 2023 tarihinde gerçekleşen Kahramanmaraş-Pazarcık merkezli 7,7 ve Kahramanmaraş-Elbistan merkezli 7,6 büyüklüklerinde olduğu kaydedilen (AFAD 2023) Kahramanmaraş depremlerinden sonra on binlerce insan ölmüş, yüzbinlerce insan yaralanmış ve bu insanların çoğu yıkılan binlerce bina nedeniyle evsiz kalmışlardır (Dünya Sağlık Örgütü 2023). Yaşanan depremler sonucunda, Doğu Anadolu Fay Hattı üzerinde bulunan Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Elâzığ, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Osmaniye ve Şanlıurfa olmak üzere 11 ilde 48 binden fazla insan hayatını kaybetmiş, yarım milyondan fazla bina yıkılmış ya da ağır hasar almış ve önemli maddi kayıplar oluşmuştur (Turizm Gazetesi 2023a; Turizm Güncel 2023a). Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı'nın Kahramanmaraş ve Hatay Depremleri Raporu'na göre (2023), yüzyılın felaketi olarak anılan depremden etkilenen yüzbinlerce binanın içinde mesken olarak kullanılan yapıların dışında tarihi ve kültürel yapılar, okullar, idari binalar, hastaneler ve oteller de bulunmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen verilere göre il bazında yıkılan otellerin listesi Tablo 1'de verilmiştir.

Hatay ilinde tabloda ismi geçen oteller dışında birçok butik otelin de yıkıldığı bilgisi mevcuttur.

Tablo 1. Kahramanmaraş Depreminde Yıkıldığı Raporlanan Oteller

Şehirler	Oteller
Hatay	Güney Otel, Divan Otel, Savon Otel, Özhan Otel, Arsuz Otel, Alice Otel (Reyhanlı)
Adıyaman	Grand İsiyas Otel, Bozdoğan Otel, Grant İskender Otel, Arsemes Otel, Ünal Otel, Yolaç Otel
Malatya	Avşar Otel, Kırçival Otel, Büyük Otel, Özlem Otel, Palancı Otel, Trendgarden Rezidans
Kahramanmaraş	Saffron Otel, Kazancı Otel, Arıkan Otel, Otel Burcu
Gaziantep	Nurdağı Otel

Kaynak: Turizm Güncel, Turizm Ajansı ve Turizm Gazetesi'nin yayımlanmış olduğu haberlerden alınan bilgiler doğrultusunda yazarlar tarafından derlenmiştir.

Fakat yıkıldığı söz edilen butik otellerin isimlerine dair herhangi bir bilgi saptanmamıştır. Basına yansıyan haberlerde Hatay'da altı, Adıyaman'da altı, Malatya'da altı, Kahramanmaraş'ta dört ve Gaziantep'te bir olmak üzere toplamda 23 otelin Kahramanmaraş depreminde yıkıldığı beyan edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın konaklama işletmelerine yönelik yürüttüğü çalışmadan elde edilen, 2023 yılı Mart ayına kadar sü-

ren hasar tespit çalışmalarına ilişkin veriler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere 21'i turizm işletme belgeli tesis ve 26'sı basit konaklama turizm işletme belgeli tesis olmak üzere 47 konaklama işletmesi Kahramanmaraş depreminde yıkılmıştır. Hasarların boyutlarına göre incelendiğinde ise 38 ağır hasarlı, 42 orta hasarlı, 154 az hasarlı konaklama işletmesinin olduğu tespit edilmiştir. Kah-

Tablo 2. Depremden Etkilenen İllerde Otellerin Hasar Durumu

İl	Turizm İşletme Belgeli Tesisler					Basit Konaklama Turizm İşletme Belgeli Tesisler				
	Yıkılan	Ağır hasarlı	Orta hasarlı	Az hasarlı	Hasarsız	Yıkılan	Ağır hasarlı	Orta hasarlı	Az hasarlı	Hasarsız
Adana	-	-	-	1	42	-	-	-	2	97
Adıyaman	7	-	1	5	4	5	1	-	4	5
Diyarbakır	-	-	-	4	28	-	4	-	13	46
Elâzığ	-	-	-	1	25	-	1	-	4	18
Gaziantep	-	-	-	13	26	-	-	-	7	7
Hatay	4	5	8	2	17	13	10	23	25	69
Kahramanmaraş	7	-	1	19	15	4	6	-	15	11
Kilis	-	-	-	-	1	-	-	-	1	2
Malatya	3	2	2	7	5	3	8	4	8	3
Osmaniye	-	-	1	4	-	1	-	-	5	1
Şanlıurfa	-	-	-	5	10	-	1	2	9	28
Bölge Toplamı	21	7	13	61	173	26	31	29	93	287

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı 2023



ramanmaraş ve Hatay Depremleri Raporu'nda da izlenebileceği üzere Deprem Yönetmeliği'ne uygun ve kontrollü yapılan otel binalarının neredeyse tamamının hasarsız olduğu raporlanmıştır (Karaman ve Foroughi 2023). Zira deprem bölgesindeki 1030 otelin 47'si yıkılmıştır. Medyadaki haberler incelendiğinde yıkılan oteller ve ölü sayılarının yalnızca turizm işletme belgeli oteller üzerinden servis edildiği görülmektedir. Diğer bir deyişle basit konaklama turizm işletme belgeli tesislerde yaralanan veya hayatını kaybeden insanlarla ilgili haberlere rastlanmamıştır.

Çevrimiçi haber platformlarında yayımlanan haberlere göre Hatay'da altı otel yıkılmıştır. Yıkılan otellerden biri olan *Güney Otel* Hatay'ın Antakya ilçesinde bulunmaktadır. Yayımlanan haberlerde dikdörtgen kazule\* bir yapısının olduğu ve sayısı bilinmemekle beraber çok sayıda insanın bu otelde hayatını kaybettiği belirtilmiştir. *Divan Otel* de aynı şekilde Antakya ilçesinde bulunmaktadır. 1963 yılında hizmete giren otel yakın tarihlerde restore edilmiş olmasına karşın yorgun bina olarak nitelendirilmiş ve otelin depreme dayanıklı olmadığı ifadelerine yer verilmiştir. 27 odası ve beş süiti olan *Divan Otel*'de sayıları bilinmemekle beraber birçok can kaybı olduğu belirtilmiştir. *Savon Otel*'in 1860'lı yıllarda inşa edilen tarihi bir bina olduğu, önceleri zeytinyağı ve sabun imalathanesi olarak kullanıldığı bilinmektedir. *Özhan Otel*'in deprem sırasında ilk iki katının çöktüğü, otelin arka kısmının yıkıldığı ve bu yıkım esnasında birçok insanın enkaz altında kaldığı bilgileri yayımlanan haberlerde yer almaktadır. *Arsuz Otel*'in kış mevsiminde hizmet vermemesi sebebiyle otelde herhangi bir can kaybı yaşanmamıştır. Reyhanlı ilçesinde bulunan altı katlı *Alice Otel* deprem esnasında yerle bir olmuştur. Enkaz altında kalarak hayatlarını kaybeden insanların sayısı bilinmemektedir (Gazete Duvar 2023).

Adıyaman'da altı otel yıkılmıştır. Bu yıkımlardan en çok ses getiren ve haber merkezleri tarafından hakkında en fazla haber yapılan otel *Grand İsis Otel*'dir. Turizm Gazetesi'nde (2023b) yayımlanan haberde, spor müsabakaları için

KKTC'den gelen 35 kişinin (24 öğrenci, beş öğretmen ve altı veli) ve 32 kişilik turist rehberi grubunun *Grand İsis Otel*'de yaşamlarını yitirdikleri belirtilmiştir. Dört yıldızlı *Bozdoğan Otel*'in 175 yatak kapasiteli olduğu 77 odası ve bir adet süit odasının olduğu bilinmektedir. 31 yıllık bir geçmişe sahip olduğu belirtilen otelin "yorgun ve çürük" olduğuna dair bilgiler mevcuttur (Gazete Duvar 2023). *Grant İskender Otel*'e yönelik herhangi bir haber saptanmamıştır. Onlarca kişiye mezar olan oteller arasında isminin verilmesi dışında otel sahibi, otelin durumu ya da otelde hayatını kaybedenlere dair bir habere erişilememiştir. Sabah Gazetesi'nde (2023) yayımlanan haberde, *Arseme Otel*'de içlerinde Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı'nda çalışan 10 kişi, Boru Hatları ile Petrol Taşıma Anonim Şirketi (BOTAŞ) Ceyhan çalışanlarından üç kişi ve Türkiye Petrolleri Uluslararası Şirketi'nde çalışan 19 kişi olmak üzere toplamda 32 kişinin hayatını kaybettiği bildirilmektedir. Basında yer alan haberde *Ünal Otel*'in 2013 yılında otel odalarının yenilediği fakat otelin "çürük" olduğu vurgulanmaktadır (Gazete Duvar 2023). TRT Haber'in (2023) yayımladığı haberde, *Yolaç Otel*'de beş kişinin hayatını kaybettiği ve bilirkişi raporuna göre otelin yapısında nervürsüz demir, geniş aralıklı etriye ve seyrek çiroz kullanıldığı ifadeleri yer almaktadır.

Malatya'da yıkılan otel sayısının altı olduğu bilinmektedir (Turizm Gazetesi 2023b). Yıkılan oteller arasında bulunan *Avşar Otel*'in 135 yatak kapasitesi, 700 kişilik restoranı, 700 kişilik kapalı terası ve 600 kişi kapasiteli çok amaçlı salonu bulunmaktadır (Gazete Duvar 2023). Takvim Gazetesi'nin (2023) yayımlanmış olduğu haber de otelin sahibi olan Osman Avşar oteline 2020 yılında yaşanan 6,8 büyüklüğündeki Elâzığ depremi sonrasında Malatya Çevre Şehircilik İl Müdürlüğü tarafından otele sağlam raporu verildiğini ifade etmiştir. Battalgazi ilçesinde bulunan sekiz katlı *Kırçuval Otel*'de içlerinde altı voleybolcunun ve dört ampute futbolcunun da bulunduğu toplam 17 kişi hayatını kaybetmiştir (Cumhuriyet Gazetesi 2024). Cumhuriyet Gazetesi (2024) ve Turizm Güncel'den (2024a) yayımlanan haberlerde altı voleybol oyuncusunun ve dört ampute futbolcunun hayatını kaybettiği beyan edilirken, Turizm Haber Merkezi (2024) ve

\* Büyük yapı.



Turizm Ajansı'nda (2023a) yayımlanan haberlerde hayatını kaybeden voleybolcuların sayısının 11, ampute futbolcuların sayısının dört olmak üzere hayatını kaybedenlerin toplam sayısının 17 olduğu belirtilmektedir. Zafer Kırçival, otelinin sağlam olduğunu ifade etmiş; ancak bilirkişi raporunda otelin yıkılma sebepleri olarak yapım aşamasında kullanılan betonun yetersizliği, statik proje eksikliği ve yapılan uygulama kusurları olarak belirtilmiştir (Turizm Güncel 2023b). Bakırcılar Çarşısı'nda bulunan dört katlı Büyük Otel'in 1960'lı yıllarda inşa edildiğine dair bilgiler mevcuttur. 52 odası ve üç süiti olan otelin yatak kapasitesinin 107 olduğu bilinmektedir. Deprem esnasında yıkılan otelde sayısı bilinmemekle birlikte birçok insan enkaz altında kalarak hayatını kaybetmiştir (Gazete Duvar 2023). Özlem Otel Battalgazi ilçesinde bulunan küçük ve ucuz bir otel olarak bilinmektedir.

Gazete Duvar (2023) ve Turizm Güncel'in (2023c) yayımladıkları haberlerde, Malatya'ya inşaatla çalışmak için Diyarbakır'ın Bismil ilçesinden gelen beş işçinin bu otelde hayatlarını kaybettikleri, bir kişinin canlı olarak çıkarıldığı ve yaşamını yitirenlerden birinin 17, diğerinin ise 18 yaşında olduğu ifadeleri yer almaktadır. *Palancı Otel*'de dört kişinin hayatını kaybettiği ve hayatını kaybedenlerden birinin tır şoförü olduğuna dair bilgiler bulunmaktadır (Haber Dairesi 2023). Yeşilyurt ilçesinde bulunan *Trendgarden Rezidans*'ta 31 kişinin hayatını kaybettiği ve hayatını kaybedenlerin bir kısmının sağlık personeli olduğu bilinmektedir. Depremde yıkılan otel ile ilgili bilirkişi raporunda statik rapordaki bilgilerin uyuşmaması, tasarlanan bina ile inşa edilen binanın aynı olmaması ve deprem yönetmeliğinin koşullarının sağlanmaması ifadeleri yer almaktadır (Habertürk 2023a). Eski olduğu hâlde binanın "makyajlanarak" rezidansa dönüştürüldüğü iddia edilen Trendgarden Rezidans "makyajlanmış ölüm rezidansı" başlığı ile medyada yer almıştır (Milliyet Gazetesi 2023). Bina'nın 2021 yılında hizmete açıldığına dair bilgiler dolaşırken uydu fotoğrafları aracılığıyla aslında yapının 2001 yılında inşa edilmiş olduğu bilgisine ulaşılmıştır (Turizm Güncel 2023ç). Sözcü Gazetesi'nde (2023) yer alan haberde binanın in-

şa süreçlerinde yapılan usulsüzlüklerin imar barişi ile üstünün örtüldüğü ifade edilmiştir.

Kahramanmaraş'ta yıkılan dört otelden biri olan *Saffron Otel* Yimpaş Otel adıyla da anılmaktadır. Otel sahibinin siyasi bağlantıları olduğu vurgulanırken, 2019 yılında yapılan deprem tatbikatında Saffron Otel'in yıkılması muhtemel oteller arasında olmasına karşın herhangi bir önlem alınmamış olması dikkat çekici bir durum olarak görülmektedir (Gazete Duvar 2023; Turizm Güncel 2023d). Depremde çevresindeki binaların hasar almış olmasına karşın ayakta kalması fakat yıkılan tek binanın *Kazancı Otel* olması medyada ses getiren haberlerden bir diğeri olmuştur (Turizm Günlüğü 2023a; Turizm Haber Merkezi 2023a). 47 mevsimlik işçinin hayatını kaybettiği otele iki yıl önce hasarlı raporu verilmiş olmasına rağmen hizmet vermeye devam etmesi de medyada yer alan bilgiler arasındadır (Turizm Güncel 2023e). Otelin kolonlarına tabe ve branda asmak amacıyla delikler açılmış ve tahribat oluşmasına sebebiyet verilmiştir (Turizm Haber Merkezi 2023a). Bu gerekçeler ile de otel sahibinin gözaltına alınmış olduğuna dair haberler medyada mevcuttur (Turizm Günlüğü 2023a). Beşinin genç mühendisler (Gazete Duvar 2023) olduğu bilinen 14 kişinin yaşamını yitirdiği Arıkan Otel'in yapımında kullanılan betonun derin çakıllarından imal edildiği bilirkişiler tarafından tespit edilmiştir (Habertürk 2023b). Eski bir yapı olduğu bilinen *Burcu Otel*'den depremden 37 saat sonra üç kişinin canlı olarak çıkarıldığı bilinmektedir. Fakat otelde hayatını kaybedenlere yönelik herhangi bir bilgi bulunmamaktadır (Gazete Duvar 2023)

Gaziantep'te yıkıldığı bilinen tek otel olan *Nurdağı Otel*'de sayıları tam bilinmemekle birlikte onlarca kişinin yaşamını yitirdiği bilinmektedir. Gazete Duvar'da (2023) yayımlanan haberlerde yıkılan otellerin çoğunun sağlam raporu almış olmalarına rağmen depremde yerle bir olmalarına ilişkin ifadeler yer almaktadır.

Kahramanmaraş depreminde yıkılan otellerin durumu, imar ihlalleri kaynaklı kente karşı işlenen suçların trajik sonuçlarını gözler önüne sermektedir. Otellerin inşasında yapılan usulsüzlükler, yetersiz denetimler ve imar planlarına

uyulmaması, binaların depreme dayanıklı olmasına ve dolayısıyla büyük can ve mal kayıplarına yol açmıştır. İmar suçları, sadece bireysel çıkar peşinde koşanların değil, aynı zamanda bu süreçte ihmali olan kamu kurumlarının ve yerel yönetimlerin de sorumluluğunu ortaya koymaktadır. Özellikle turizm tesisleri gibi insanların yoğun olarak bulunduğu yapıların inşasındaki ve denetimindeki hatalar, bu tür doğal afetlerde daha yıkıcı sonuçlar doğurmakta ve kente karşı işlenen suçların ne denli ciddi boyutlara ulaşabileceğini göstermektedir. Bu durum, imar planlarının sıkı bir şekilde denetlenmesi, yasaların titizlikle uygulanması ve kamu yararının her şeyin önünde tutulması gerekliliğini bir kez daha vurgulamaktadır. Bu suçların önlenmesi, yalnızca teknik önlemlerle değil, aynı zamanda toplumsal farkındalık ve güçlü bir hukuk sistemiyle mümkündür.

## İNCELEME YAKLAŞIMI

Bu nitel durum çalışması, 06 Şubat 2023 tarihinde gerçekleşen Kahramanmaraş merkezli depremlerin etkilediği 11 şehirde yıkılan otellere ve özellikle Adıyaman'da yıkılan ve 72 kişinin hayatını kaybettiği Grand İsis Otel'e odaklanmıştır.

Grand İsis Otel'de can kaybının çok olması, otelin inşasındaki usulsüzlükler, çocuk sporcuların ve turist rehberi adaylarının o otelde hayatlarını kaybetmeleri bu otelin "mezar otel" olarak anılmasına ve kamuoyunda yankı uyandırmasına sebep olmuştur (Cumhuriyet Gazetesi 2023). Durum çalışmaları, araştırmacıların gerçek hayattan, güncel, sınırlı bir sistemi veya zaman içinde birden fazla sınırlı sistemi, detaylı ve derinlemesine veri toplama yoluyla araştırdığı, "nasıl" ve "neden" gibi sorulara yanıt aradıkları bir yaklaşımdır (Creswell ve Poth 2016). Araştırmada, Grand İsis Otel örneğinden yola çıkarak yıkılan otellerin durumunun turizm medyasındaki haberler yoluyla kamuoyunda nasıl temsil edildiğini anlamak amaçlanmıştır.

Kahramanmaraş depreminin turizm medyasında nasıl temsil edildiğini anlamak için araştırma kapsamına alınan haber platformları ve haber metinleri belge incelemesi yönteminin sistematik adımları (Bowen 2009) takip edilerek şu şekilde belirlenmiştir: Öncelikle bir arama motorunda serbest bir şekilde "turizm haber sitesi" anahtar kavramıyla tarama yapılmıştır. Arama sonuçlarının ilk sayfasında yer alan haber siteleri incelenmiş; sayfaların günlük görüntüleme trafiği dikkate alınmış; haber platformlarından arşive

Tablo 3. Deprem Konulu Haberlerin Dağılımı (06 Şubat 2023-06 Şubat 2024)

Aylar	Turizm Ajansı	Turizm Gazetesi	Turizm Güncel	Turizm Günlüğü	Turizm Haber Merkezi
2023 Şubat	106	58	109	100	77
2023 Mart	34	25	53	73	33
2023 Nisan	8	9	30	28	20
2023 Mayıs	5	4	19	23	5
2023 Haziran	-	2	11	9	1
2023 Temmuz	2	5	13	8	3
2023 Ağustos	2	3	11	6	2
2023 Eylül	2	2	6	6	1
2023 Ekim	-	1	6	1	1
2023 Kasım	1	2	18	6	2
2023 Aralık	-	2	3	10	3
2024 Ocak	-	2	9	9	1
2024 Şubat	-	-	4	2	1
Toplam	160	115	292	281	150

girmeye izin vermeyen veya depreme sınırlı bir gündem ayıranlar, incelemeye alınmadan hariç tutulmuştur. Bu nedenle araştırma Turizm Ajansı, Turizm Gazetesi, Turizm Güncel, Turizm Günlüğü ve Turizm Haber Merkezi çevrim içi haber platformlarında yayımlanan haberlerle sınırlı tutulmuştur. Böylece deprem ile ilgili olan ve 06 Şubat 2023 ile 06 Şubat 2024 tarihlerini kapsayan dönemde beş haber platformunda yayımlanmış 998 haber sistematik bir şekilde toplanmış ve yıkılan otellerle ilgili olan 156 haber metni araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırma kapsamına alınan haber platformlarında yayımlanan deprem konulu haberlerin sıklık dağılımı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3'te görüldüğü üzere araştırma kapsamına alınan dönemde en yüksek sayıda haberin Turizm Güncel ve Turizm Günlüğü haber portallarında yapıldığı görülmektedir. Ayrıca haber sıklığının, depremin turizmle ilgili etkileri devam ettiği hâlde Mart 2023 dönemi itibarıyla hızla düştüğü dikkat çekmektedir.

Nitel araştırmalardaki güvenilirlik ölçütlerinin yerine getirilebilmesi için araştırmanın inandırıcılık, aktarılabirlik, tutarlılık ve onaylanabilirlik

ölçütlerini karşılaması gerekir (Lincoln ve Guba 1985; Arslan 2022). Bu çerçevede, haber metinleri tarihlerine ve yayımlandıkları gazetelere göre araştırmacılar tarafından arşivlenmiş (Şekil 1), oluşturulan dosyalar karşılıklı kontrol edilmiş ve doğruluğu onaylanmıştır. Güven duyulabilirliğin sağlanması için toplanan veriler arşivlenmiş ve referans yeterliliği sağlanmıştır. Böylece verilerin ilk yarısı analiz edilene kadar veri setinin ikinci yarısı arşivlenmiş ve verilerin ikinci yarısı daha sonra ilk bulgular ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

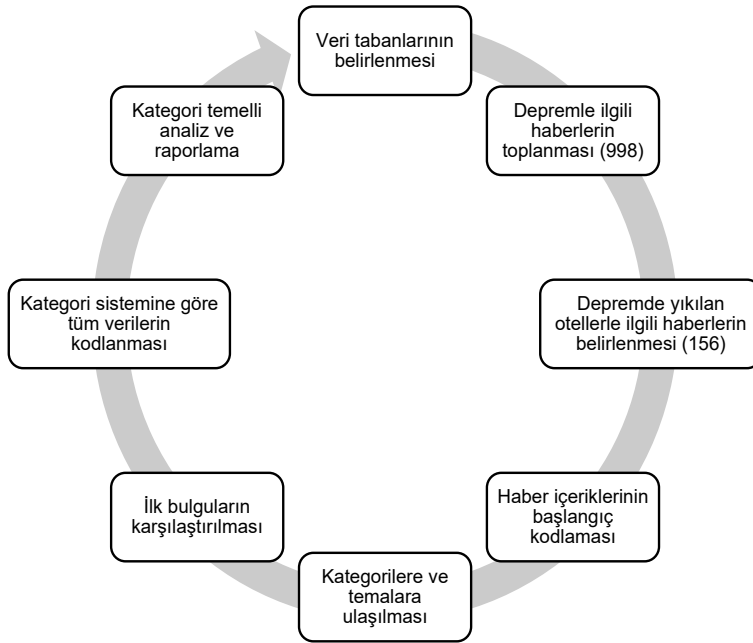
Analiz sürecinde (Şekil 1) Charmaz'ın (2006) kodlama prosedürleri takip edilmiş; başlangıç kodlaması ve odaklı kodlama yapılmıştır. Haber metinlerinin organizasyonu, veri kaybının önlenmesi ve görselleştirilmesi için nitel veri analiz programından faydalanılmıştır. İçerik analizi tüm haber metinlerine yapılırken; tematik analizler Turizm Ajansı'ndan 24, Turizm Gazetesi'nden 15, Turizm Güncel'den 40, Turizm Günlüğü'nden 27 ve Turizm Haber Merkezi'nden 51 olmak üzere toplam 156 haber metnine uygulanmıştır.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

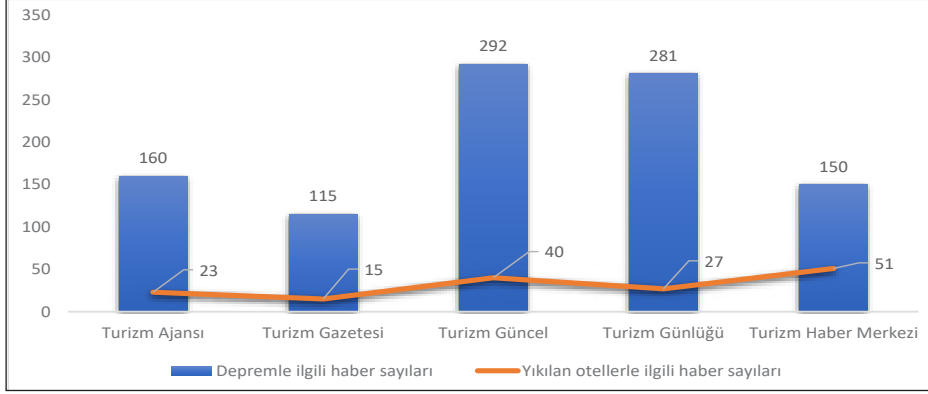
Araştırmanın bulguları betimsel ve tematik bulgular olarak takip eden kısımlarda verilmiştir. *Yıkılan otellerin temsiliyeti ve enkaz altındaki otellerin temsiliyeti* başlıkları betimsel bulguları; *Grand İstias Otel'in mezar otel olarak sembolleşmesi ve deprem sonrası çağrışımlar* başlıkları ise tematik bulguları ifade etmektedir.

### Yıkılan Otellerin Temsiliyeti

Araştırma kapsamındaki beş haber platformu incelendiğinde deprem haberlerine en geniş gündemi Turizm Güncel'in, en sınırlı gündemi ise Turizm Gazetesi'nin ayırdığı görülmektedir. Deprem haberleri içerisinde



Şekil 1. Veri toplama ve analiz süreci



Şekil 2. Deprem Haberleri İçerisinde Yıkılan Otellerin Yer Alma Yoğunluğu

de “otel” anahtar kavramının taratılmasıyla tespit edilen haber metinleri incelendiğinde ise Turizm Ajansı’ndan 24, Turizm Gazetesi’nden 15, Turizm Güncel’den 40, Turizm Günlüğü’nden 27 ve Turizm Haber Merkezi’nden 51 haberle yıkılan otellere en geniş gündemi Turizm Haber Merkezi’nin, en sınırlı gündemi ise Turizm Gazetesi’nin ayırdığı anlaşılmıştır (Şekil 2).

Şekil 2’deki yıkılan otellerin deprem haberlerinde yer alma oranları incelendiğinde Turizm Haber Merkezi’nin deprem sonrası konaklama tesislerinin güvenliğine verdiği önem görülmektedir. Turizm Güncel ve Turizm Günlüğü de bu konuda görece geniş bir kapsama sahipken, Turizm Gazetesi’nin daha sınırlı bir gündem ayırdığı dikkat çekmektedir. Bu farklılıklar, her bir haber platformunun editoryal politikaları ve hedef kitleleri doğrultusunda deprem sonrası haberleri ele alış biçimlerini yansıtmaktadır. Turizm Haber Merkezi’nin yüksek haber sayısı, kamuoyunun bilgilendirilmesi ve farkındalık yaratılması açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu bulgu, yı-

kılan otellerin temsiliyeti konusunda medyanın sorumluluğunun altını çizerken, deprem gibi doğal afetlerde konaklama tesislerinin güvenliği hakkında daha fazla araştırma ve bilgilendirme yapılması gerektiğini göstermektedir.

### Enkaz Altındakilerin Temsiliyeti

İncelenen haber metinlerinde, yıkılan otellerin enkazlarından ölü olarak çıkan veya enkazdan çıkarıldıktan sonra ölen insanlarla ilgili bilgiler sıklıkla yer almıştır. Grand İsias Otel’de ölen turist rehberleri ve KKTC’li çocuk voleybolcular otel enkazlarında ölen insanlar arasında haberlerde daha sıklıkla yer almıştır. Kamuoyunun ilgisinin özellikle Grand İsias Otel’in üzerinde olması bu temsiliyetin doğal bir nedeni olarak görülmektedir. Grand İsias Otel’de hayatını kaybeden turist rehberleri ve çocuk voleybolcuların ardından Malatya’da bulunan Kırçuval Otel’de konaklayan Malatya Büyükşehir Belediyespor takımından 11 voleybolcu ile dört ampute futbolcunun turizm medyasında sıklıkla haber yapıldığı görülmüştür. Otel enkazlarında kalanların turizm medyasında nasıl temsil edildiğine ilişkin kod bulutu Şekil 3’te yer almaktadır.

Şekil 3’te de görüldüğü üzere çok sayıda yıkılan otel olmasına ve birçok kişinin bu otellerin enkazında ölmesine rağmen medya ilgisinin KKTC’li voleybolcuların ailelerin hak arama mücadelesine odaklanması enkaz altındakilerin temsiliyetini de belirlemiştir. Burada kamuoyu ilgisinin, medyanın ilgisi üzerinde etkisi olduğunu belirtmek

Otel müşterileri Askeri personel  
Ampute futbolcular  
Malatya Büyükşehir Belediyespor voleybolcuları  
**Turist rehberleri**  
**Çocuk voleybolcular, aileleri ve eğitmenleri**  
Turizm çalışanları Mevsimlik işçiler

Şekil 3. Enkaz Altındakilerin Temsiliyeti

Grant İskender Otel - Adıyaman  
Bozdoğan Otel - Adıyaman Trendgarden Residence - Malatya  
Burcu Otel - Kahramanmaraş Palancı Otel - Malatya  
Arsuz Otel - Hatay Avşar Otel - Malatya Nurdağı Otel - Gaziantep  
Yolaç Otel - Adıyaman Kırçuval Otel - Malatya Büyük Otel - Malatya  
**Grand İsiyas Otel - Adıyaman**  
Kazancı Otel - Kahramanmaraş  
Güney Otel - Hatay Alice Otel - Hatay Divan Otel - Hatay  
Özhan Otel - Hatay Saffron Otel - Kahramanmaraş  
Ünal Otel - Adıyaman Arıkan Otel - Kahramanmaraş  
Arsemes Otel - Adıyaman  
Özlem Otel - Malatya Savon Otel - Hatay

Şekil 4. Yıkılan Otellerin Temsiliyeti

mümkündür. Turizm medyasında ölenlerin temsiliyeti bir doğal felaket olma boyutunun ötesine geçerek hukuki bir mücadele alanı olarak da ön plana çıkmıştır. Bu mücadele alanı genişleyerek KKTC'li voleybolcularla aynı otelde konaklayan turist rehberlerinin enkaz altında ölmesi, medya ilgisini özellikle ölen turist rehberleri ve KKTC'li çocuk voleybolcular üzerine yoğunlaştırmıştır.

#### Mezar Otellerin Sembolü: Grand İsiyas Otel

Turist rehberi adaylarına ve KKTC'li çocuk voleybolculara mezar olan Adıyaman'ın en büyük oteli dört yıldızlı Grand İsiyas Otel'e ilişkin analizler, yıkılan otellerle ilgili en geniş gündeme söz konusu otelin sahip olduğunu göstermektedir. Bu nedenle 72 kişinin enkazında can verdiği Grand İsiyas Otel, turizm haberciliğinde "mezar otel" olarak anılmıştır (Turizm Güncel 2023f; Turizm Haber Merkezi 2024). Depremde yıkıldığı ve çok sayıda insanın hayatını kaybettiği rapor edilen 23 otelden önemli bir kısmı yalnızca listelenirken bunların arasından başta Grand İsiyas Otel olmak üzere Alice Otel (Reyhanlı), Arıkan Otel, Avşar Otel, Kazancı Otel ve Kırçuval Otel'in yıkılması haber yapılmıştır. Depremde yıkılan

otellerin turizm medyasında nasıl temsil edildiğine ve Grand İsiyas Otel'in mezar otellerin bir sembolü olarak ön plana çıktığına yönelik kod bulutu Şekil 4'te verilmiştir.

Şekil 4'te de görüldüğü üzere

depremden yıkılan 23 otelin arasında en fazla gündeme gelen Grand İsiyas Otel, 72 kişinin orada ölmesi nedeniyle adeta bu trajedinin sembolü hâline gelmiştir. Kod bulutunda da merkezi bir önemde ve yerde bulunan otel hem kamuoyunun hem de medyanın bu bağlamda dikkatini çeken ana odak noktasıdır. KKTC'li çocuk voleybolcuların ve genç turist rehberi adaylarının öldüğü bu otel, toplumun vicdanına dokunmuştur. Yukarıda da değinildiği üzere doğal bir felaketin haberleştirilmesinin ötesinde hukuk mücadeleleri, voleybolcu çocukları ve genç rehber adaylarının dramatik hikayesi ve ailelerinin hak arayışları Grand İsiyas Otel'i mezar otellerin sembolü olarak kamuoyunun ve medyanın ilgi odağı yapmıştır.

Yıkılan otellerle ilgili yapılan haberler depremin olduğu hafta arama kurtarma faaliyetleri, enkaz altından yardım çağrıları ve enkazdan kurtulanlar üzerinde durmuşken; sonraki haftalarda *suç duyuruları, adli soruşturmalar ve tutuklamalar, karşı savunmalar, Grand İsiyas davasında giz-*

#### Beton kalitesinin yönetmeliğe aykırı olması

Yapı denetiminde mühür ihlali yapılması

Yapı ruhsatının usulsüz olması

Soğuk derz uygulama hatası yapılması

Dere çakılı, kumu kullanılması

İnşaatin doğru şekilde yapılmaması

Kolonların tahrip edilmesi

Deprem güvenliğinin göz ardı edilmesi

Etriye aralıklarının yüksek olması

Kaba inşaat hâlinde 10 yıl beklemesi

Granülometrinin iyi olmaması

#### Kaçak kat çıkılması

Tali girişlerin yetersiz olması

Çiroz kullanılmaması

İmalat hatası yapılması

Statik projelerinde uygunsuzluk/usulsüzlük yapılması

Çürük otele sağlam raporu verilmesi

Zemin etüdü yapılmaması

Beton basınç dayanımının yönetmeliğe aykırı olması

#### Donatının yetersiz olması

Otelin iç yapısında kanuna aykırı değişiklik yapılması

Şekil 5. Raporlanan İmar Hataları



*lilik söylentileri, otellere bilirkişi incelemeleri, turist rehberlerini anma etkinlikleri ve Grand İsis davasının çatı davadan ayrılmasına* yoğunlaşmıştır.

Depremde yıkılan turizm işletme belgeli 23 otelin haberlerde açıklanan bilirkişi raporları, ihmalin boyutlarını ve sonuçlarının ne derece ağır olabileceğini gözler önüne sermiştir. Yıkılan otellerle ilgili yapılan tüm haberler incelendiğinde göze en çok çarpan imar sorununun otellere kaçak kat çıkılması olduğu anlaşılmıştır. Bilirkişi raporlarına konu edilen imar hataları yoğunluk sırasına göre; donatının yetersiz olması, beton kalitesinin yönetmeliğe aykırı olması, dere çakıllı/kumu kullanılması, otelin iç yapısında kanuna aykırı değişiklik yapılması, statik projelerinde uygunsuzluk/usulsüzlük yapılması, kolonların tahrip edilmesi, yapı ruhsatının usulsüz olması, yapı denetiminde mühür ihlali yapılması, etriye aralıklarının yüksek olması, kaba inşaat hâlinde 10 yıl beklemesi, zemin etüdü yapılmaması, beton basınç dayanımının yönetmeliğe aykırı olması, çürük otele sağlam raporu verilmesi, imalat hatası yapılması, inşaatın doğru şekilde yapılmaması, çiroz kullanılmaması, granülometrinin iyi olmaması, soğuk derz uygulama hatası yapılması, tali kirişlerin yetersiz olması ve deprem güvenliğinin göz ardı edilmesi şeklinde sıralanabilir. Raporlanan imar sorunlarının görsel temsiline ilişkin kod bulutu Şekil 5'te görülmektedir.

Şekil 5'te görüldüğü üzere rapor edilen imar sorunları, ihmalin ve hataların boyutunun ciddiyetini göstermektedir. Özellikle yapılara kaçak kat çıkılması, beton kalitesinin yönetmeliğe aykırılığı ve donatının yetersiz olması denetimdeki eksiklik ve hataların altını çizmesi açıısından çarpıcıdır.

Otellerin yıkılmasının ardından yapılan bilirkişi incelemeleri tüm maddi hataları gözler önüne sererken, bu hataların görmezden gelinmesinde sorumlu tutulan başka unsurlar da göze çarpmaktadır. Haberlerde geniş yer tutan ve enkazlarında onlarca insanın öldüğü Grand İsis Otel, Kırçuval Otel, Avşar Otel ve Kazancı Otel'in siyasi bağlantıları aracılığıyla denetimlerden usulsüzce geçebildiği sıklıkla vurgulanmıştır (Turizm Gazetesi 2023c; Turizm Günlüğü 2023b; Turizm Haber Merkezi 2023b). Bunun yanı sıra 2018'deki düzenlemeyle yürürlüğe giren imar barışı, rant

hesapları, görev ihmalleri ve Kültür ve Turizm Bakanlığının konaklama tesislerinde plan ve yapı projelerine izin verme yetkisinden vazgeçilmesine ve Bakanlığın proje ve yapılaşmayı denetleme yetkisinin aşamalı olarak yerel yönetimlerin inisiyatiflerine bırakılmasına zemin hazırlayan Büyükşehir Yasası sorumlu gösterilen diğer unsurlardır.

Kahramanmaraş Depremini takip eden hafta Grand İsis Otelini soruşturması başlatılmış, sorumlular hakkında suç duyuruları yapılmış ve tutuklamalar başlamıştır. Grand İsis Davası'na gizlilik kararı geldiği söylentileri çıksa da Adıyaman Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından yapılan açıklamalar gizlilik kararı olmadığını altını çizmiştir. Ayrıca Grand İsis Davası, yıkılan tüm binalar için hazırlanan çatı davadan ayrılmıştır. Yıkılan diğer oteller için açılan/açılacak davalara emsal gücü olduğu düşünüldüğü için tüm kamuoyu ilgisini üzerine çeken Grand İsis Davası'nda taraflar "bilinçli taksirle birden fazla kişinin ölümüne sebep olma" nedeniyle açılan davada atılı suçun niteliğinin değiştirilerek "olası kast ile yargılama" yönünde sürdürülmesini talep etmiştir (Turizm Güncel 2024b). TUREB, KKTC Barolar Birliği, Türkiye Barolar Birliği ve Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği'nin müdahil olduğu davada TUREB Başkanı Hakan Eğinliçoğlu davanın emsal gücünü ve değerini şu sözlerle açıklamıştır (Turizm Günlüğü 2024):

Bir eğitim gezisi esnasında, İsis Otel'de 40 kişilik kafitemiz depreme yakalandı. 32 arkadaşımız bu otelde hayatını kaybettiler. Bu dava, bozuk plan ve projelerle yapılan evlerde, otellerde ölen insanların davası. Burada çıkacak olan karar emsal bir sonuç olacaktır. Biz sorumluların olası kast ile yargılanmasını istiyoruz. Bu bizim ülkemiz için de önemli. Bundan sonra yapılacak olan binalarda insanlar 50 defa düşünmek zorunda kalmalı.

Depremden sonra yapılan bilirkişi incelemeleri yalnızca yapı denetimindeki ciddi maddi hataları ve ihmalleri değil bu denetim süreçlerindeki siyasi etkilerin ve rant hesaplarının da büyük bir sorun olduğunu göstermektedir. Özellikle Grand İsis Otel, Kırçuval Otel, Avşar Otel ve Kazancı Otel'in denetimlerden geçme noktasında siyasi bağlantılarının kurulması birçok insanın ölme-

sine neden olduğu gibi toplumsal bir duyarlılık da oluşturmuştur. Bu bağlamda Grand İsias Otel, sadece bu davanın mağdurları için değil gelecekte inşa edilecek yapıların güvenliğinin önemini vurgulamak açısından da emsal oluşturmaktadır. Bu nedenlerle bu dava hem toplumsal olarak büyük bir öneme sahiptir hem de yapı güvenliğinin standartlarının uygulanması ve denetlenmesinde teşvik edici niteliktedir.

### Deprem Sonrası Çağrışimler

Kahramanmaraş depreminde onlarca otelin yıkılmasının ve yüzlerce insanın bu enkazlarda hayatını kaybetmesinin ardından otellerin deprem güvenliği konusu yeniden gündeme gelmiştir. Bu gündem yalnızca deprem bölgesindeki otellerin değil sayfiye bölgelerindeki otellerin de mercek altına alınmasını sağlamıştır. Turizm Haber Merkezi'nin (2023c) dikkatleri çektiği haber "Felakete davetiye çıkararak vurdumduymaz Antalya Oteli!" başlığıyla manşete taşınmıştır. Analizler sonucunda; otellerle ilgili sorunlu alanlar ve alınması gereken önlemler yapı güvenliği tartışmaları, dere yatağındaki riskli inşaatlar, yıllanmış çürük inşaatlar, yapı stoku tartışmaları; otellerde deprem performans analizi gerekliliği, otellere deprem güvenliği sertifikası, turizm tesislerine sismik izolatör zorunluluğu, otellerde deprem güvenliği çalışmaları ve otellere sıkı denetim gerekliliği başlıklarında toplanmıştır.

Turizm Ajansı'nın "Rehberlerden oteller için denetim çağrısı!" başlığıyla manşete taşındığı haberde (Turizm Ajansı 2023b) Hakan Eğinlioğlu'nun:

Konaklanacak otellerin güvenli olarak inşa edilip edilmediğinin bilinmesinin rehberlerin ve turistlerin can güvenliği açısından ve ülke turizmi açısından önem arz etmektedir. Açıklanan tüm bu nedenler gözetilerek, otel olarak işletilen tesislerin yapı güvenliğinin ivedilikle denetlenmesi, uygun olan ve olmayan otellerin Birliğimiz ve kamuoyu ile paylaşılması konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ilgili birimlerine, TÜROB, TÜROFED, TÜRSAB, TMMOB ve Türkiye Belediyeler Birliği'ne yazı yazılmıştır.

çağrısına yer verilmiştir.

Turizm Haber Merkezi'nin (2023ç) "Sinpaş'ın Kızılbük'teki otel projesi çürük temel üzerinde

yükseliyor!" başlığıyla manşete taşıdığı haberde ise Marmaris Kent Konseyi'nin çağrısına yer verilmiştir. Güncel Deprem Yönetmeliği'nden önce başlayan inşaatın, projesiyle uyumlu olmadığı belirtilmiş ve Belediye "Güncel hangi yönetmeliklere uygun bu yapı? Ya da sadece deniz manzaralı dev bir mezar inşa edilmesine mi izin veriyorsunuz?" ifadeleriyle göreve çağrılmıştır. Turizm haberlerinde yoğun bir şekilde gündem olan yapı güvenliği tartışmaları Turizm Gazetesi'nde de "İsias Otel ve Yargı" başlığı ile Eski Turizm Bakanı Bahattin Yücel'in köşe yazısında ele alınmıştır. Yücel'in şu sözleri ile otellerin güvenliği için yapı denetiminin ivedilikle yapılması gerektiği vurgulanmaktadır (Turizm Gazetesi 2023ç):

İsias örneği uzmanların kaçınılmaz diyerek nitelikleri, olası İstanbul depremi öncesinde kent içindeki otellerin sıkı bir denetimden geçirilmelerini ve sonuçlarının objektif ölçütlere göre değerlendirilerek, radikal önlemler alınmasını zorunlu hâle getirdi.

Turizm Günlüğü, Seventur'un sahibi Deniz Emin Tüfekçi'nin "Deprem Aklımızı Başımıza Getirmeye Yetti mi!" yazısını "Depremde yıkılan 25 otelden sonra ne yaptık?" başlığıyla manşete taşımıştır (Turizm Günlüğü 2023c). Otellerin olası bir deprem durumunda ne derece güvenli olup olmadığının eleştirel bir dille sorgulandığı bu yazıda yapı güvenliği tartışmalarının yanı sıra otellerin deprem performans analizinin de yapılması gerektiğine değinilmiştir.

Turizm Haber Merkezi'nin (2023d) "Turizm tesislerinde zorunlu sismik izolatörün kullanılması ile ilgili önemli karar!" ve Turizm Güncel'in (2023g) "Kuşadası'ndaki turizm tesislerine sismik izolatör zorunluluğu geliyor!" başlıklarıyla manşetlerine taşıdığı haberlerde, depremde sismik izolatör bulunan bazı kamu binalarında hasar olmaması nedeniyle sismik izolatör gerekliliğini gündemine taşımıştır. Kuşadası Belediyesi İmar ve Şehircilik Müdürlüğü, gerçekleştirdikleri meclis toplantısında;

birinci derece deprem bölgesinde bulunan Kuşadası'nda olası bir depremden sonra hemen kullanılması gereken binalarda, turizm tesislerinde, insanların kısa süreli ve yoğun ola-

rak bulunduğu binaların tamamında, zemin kat dahil dört kat ve üzerindeki yeni yapılacak tüm konut, iş yerlerinde sismik izolatör kullanımının zorunlu hâle getirilmesini

talep etmiştir.

Kahramanmaraş Depremi telafisi mümkün olmayan kayıplara yol açmıştır. Yaşanan büyük yıkım ve can kayıpları diğer birçok kritik noktayla birlikte otel güvenliği konusunu da gündeme taşımış, yapı güvenliği ve denetim süreçlerinin önemini ne derece hayati olduğunu acı bir şekilde göstermiştir. Turizm medyasına yansıyan bilirkişi raporları, tüm bu ihmallerin ve ihlallerin boyutunu vurgulamış; siyasi bağlantıların denetim mekanizmasını nasıl zedelediğini göstermiş ve yerel yönetimlerin bu süreçteki rolünü de sorgulamıştır. Bu noktada, bütüncül bir anlayışla tüm paydaşların yapı güvenliğinin sağlanması ve denetlenmesinde birlikte hareket etmesi gerekmektedir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Kente karşı işlenen suçlar kentin doğal görünümüne, kültürel ve fiziksel yapısına verilen zararları içermenin yanında kentlilere ve kentli haklarına verilen zararı da içermektedir. Bu zararlar, genellikle imar planlarına uymama, hızlı ve sağlıklı kentleşme, kontrol edilemeyen nüfus artışı, toplumsal dokunun zarar görmesi ve rant elde etme dürtüsü gibi nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Kente karşı suçlar, çok kez acı şekilde deneyimlendiği üzere deprem gibi bir ülke gerçeğinin felakete dönüşmesiyle sonuçlanmaktadır. Zira 6 Şubat 2023 tarihinde gerçekleşen Kahramanmaraş-Pazarcık merkezli 7,7 ve Kahramanmaraş-Elbistan merkezli 7,6 büyüklüklerindeki depremler yüzyılın felaketi olarak adlandırılmıştır.

Bu çalışmada, kente karşı işlenen suçlar bağlamında değerlendirilen insan yararına aykırı imar uygulamaları Kahramanmaraş depreminde yıkılan oteller üzerinden incelenmiş ve özellikle Grand İsias Otel örneğinden yola çıkarak depremde yıkılan tüm otellerin durumunun ve imar hatalarının çerçevesinin turizm haberciliği bakış açısıyla nasıl temsil edildiği anlaşılmalı çalışılmıştır. Bu araştırmanın sonuçları, deprem

bölgesinde turizm işletme belgeli ve basit konaklama turizm işletme belgeli tesisler olmak üzere toplam 47 otelin Kahramanmaraş depreminde yıkıldığını ve otellerin enkazlarında yüzlerce kişinin hayatını kaybettiğini göstermiştir. Araştırma kapsamındaki beş turizm haber platformu incelendiğinde, yıkılan otellere ilişkin gündeme en fazla Turizm Haber Merkezi'nin, en az ise Turizm Gazetesi'nin yer verdiği anlaşılmıştır. Yıkılan otellerde hayatını kaybedenlerle ilgili sonuçlar, yoğun bir şekilde Grand İsias Otel üzerinden Türkiye eğitim gezisinde olan turist rehberi adaylarının ve KKTC'li çocuk voleybolcuların haberleştirildiğini ortaya koymuştur.

Depremde yıkıldığı ve çok sayıda insanın hayatını kaybettiği rapor edilen 23 otelden önemli bir kısmının yalnızca liste olarak verildiği; bunların arasından yalnızca Grand İsias Otel, Alice Otel, Arıkan Otel, Avşar Otel, Kazancı Otel ve Kırçoval Otel'in yıkılmasının haberleştirildiği anlaşılmıştır. Otellerle ilgili yapılan tematik incelemelerin sonuçları ise kente karşı işlenen suçların imar uygulamaları ile doğrudan bağlantılı olduğunu göstermiştir. Özellikle otellere kaçak kat çıkılması yoluyla yapı ruhsatlarının ihlal edilmesi en yoğun şekilde göze çarpan hatalı imar uygulamalarındandır. Yıkılan otellerde hayatını kaybedenlerin hak arama mücadelesini ifade eden ve Grand İsias Davası adıyla kamuoyunun dikkatini çeken dava, müdahillerin "bilinçli taksirle birden fazla kişinin ölümüne sebep olma" nedeniyle açılan davada atılı suçun niteliğinin "olası kast ile yargılama" yönünde devam ettirilmesi talepleri ile gündeme gelmiştir.

Alanyazındaki çalışmalar, kente karşı işlenen suçların kapsamı, kente karşı suçların sorumlularının belirlenmesi, hangi eylemlerin kente karşı suç kapsamına girdiği, kente karşı suç ve kent suçu ayrımlarının yapılmasına yönelik bilgilerin verildiği çalışmalardan oluşmaktadır. Kente karşı suçun aktörlerinin kent halkı, sivil toplum kuruluşları, merkezi ve yerel yönetimler olduğu (Karasu 2007b) ve kapsamının çok geniş olmasıyla birlikte özellikle imar suçlarına odaklandığı (Mengi 2007; Kalonya ve Yıldırım 2020; Köseoğlu ve Sönmez 2022) görülmüştür. Mevcut araştırmanın sonuçları, turizm haberciliğinin

de geniş yer tutan ve yüzlerce insana mezar olan Grand İsiya Otel, Kırçuval Otel, Avşar Otel ve Kazancı Otel'in sahiplerinin siyasi bağlantıları aracılığıyla kente karşı suç işlediklerini göstermiştir. Siyasi güç sahipleri ile ilişkili bu rant suçunun işlenmesine zemin hazırlayan ortam, Chiodelli'nin (2019) çalışmasında Desio Vakası'nı meydana getiren ve suçu kolaylaştırıcı zeminin karar mercilerine baskı uygulayarak oluşturulması durumu ile örtüşmektedir.

Araştırmada ayrıca imar barışı, rant hesapları, görev ihmalleri olduğu tespit edilmiş ve alan yazındaki diğer çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Neoliberal ekonomi politikalarının devletin denetim gücünü kırması durumu (Mosedale 2016) özellikle ahbaplık üzerinden kurulan rant ilişkileri, yabancı yatırımcılara denetimlerin azaltılması bu çalışmalarda kente karşı suçlar ölçeğinde vurgu yapılan sebepler arasındadır (Green 2005; Barbieri vd. 2007; Tseng vd. 2008; Chiodelli 2019; Urano 2022). Adam Smith'in 18. yüzyıldaki söylemleri aracılığı ile liberal kapitalizmin temellerinin atıldığı dönemin mottosu olan "Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler!" (Laissez faire, laissez passer!) öğretisinin (Aydın 2003) neoliberal dönemde de benimsenmesinin sonuçları kente karşı suçların denetim ve kontrol ile önlenemez olmasının fakat görmezden gelinen ihlallerin faciaya dönmesinin önünü açmıştır. Ayrıca neoliberal pratikler nedeniyle genel yönetimlerden yerel yönetimlere aktararak bölünen güç yapısı, oy kaygısı ve rant elde etme güdüsü ile suistimal edilebilir yapıdadır (Dündar 2015). Araştırmanın sonuçlarında görüldüğü görüldüğü üzere çokça sorgulanan denetimsizlik vurgusu bu kaygı ve güdünün temelinde dayandırılmaktadır. Dolayısıyla deprem afetine karşı kırılgan olan Türkiye gibi bir ülkede bu afetlerin felakete dönüşmemesi için denetimlerin sıklaştırılması ve özellikle 1982 Turizm Teşvik Kanunu çerçevesinde kolaylaştırılan turizm yatırımlarına yönelik imar ve yapı kontrollerinin artırılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde imar affı, imar barışı gibi uygulamaların "tasfiye, ıslah ve önleme" amaçlarına (Yaşar 2019) uygun bir biçimde yürütülmesi ve bu uygulamaların as-

lına uygun şekilde gerçekleştirildiğinin denetlenmesi gerekmektedir.

Karaman ve Foroughi'nin (2023) otellerde güvenlik meselesine dikkat çektikleri çalışmada turizm işletmelerinin deprem sonrasında depremezedelere konaklama imkânı sunması gibi işlevleri dolayısıyla deprem yönetmeliklerine uygun inşasının çok önemli olduğu vurgulanmıştır. Tekeli (2021) bu düşünceyi destekler nitelikte söylemlerde bulunmuş ve eğer deprem bölgesine bir otel/konaklama işletmesi yapılacaksa depreme dayanıklı olması ve çok katlı olmaması gerekliliğinin üzerinde durmuştur. Bir deprem ülkesi olan Türkiye'de turizm işletmelerinde depreme yönelik risk değerlendirmelerinin yapılması gerektiğinin altı çizilmiştir. Mevcut otellerde güçlendirme ve dayanıklılık sağlayan uygulamalar yapılması, yeni inşa edilecek olan otellerin de deprem yönetmeliğine uygun olarak inşa edilmesi sayesinde otellerde depremler sonucunda oluşan can ve mal kayıplarının azaltılabileceği belirtilmiştir.

Mevcut araştırmada da deprem sonrası çağrışımlar çerçevesinde otellerle ilgili sorunlar ve alınması gereken önlemler çerçevesinde yapı güvenliği tartışmaları, dere yatağındaki riskli inşaatlar, yıllanmış çürük inşaatlar, yapı stoku tartışmaları; otellerde deprem performans analizi gerekliliği, otellere deprem güvenliği sertifikası, turizm tesislerine sismik izolatör zorunluluğu, otellerde deprem güvenliği çalışmaları ve otellere sıkı denetim gerekliliği gündeme gelmiştir. Ayrıca depremde hasar almayan ya da az hasar alan otellerin deprem yönetmeliğine uygun inşa edildiği buna karşın yıkılan otellerde ise çok sayıda hatalı imar uygulamalarının gerçekleştiği anlaşılmıştır. Özellikle otellere kaçak kat çıkılmasının en yaygın rastlanan imar hatası olduğu tespit edilmiştir.

### Sınırlılıklar ve Öneriler

Bu çalışma kente karşı işlenen suçlar çerçevesinde Kahramanmaraş depreminde yıkılan otellerin durumunu ve hataların çerçevesini turizm haberciliği bakış açısından açıklasa da bazı sınırlılıklara sahiptir. Araştırma kapsamının yalnızca çevrim içi turizm haber platformlarıyla sınırlı



tutulması önemli bir kısıt olarak kabul edilebilir. Gelecek araştırmalarda ulusal ve uluslararası basında yayımlanan haberler incelenerek kapsamlı bir arşiv taraması yapılabilir ve analizler gerçekleştirilebilir. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı ise yıkılan otellerin yalnızca Kahramanmaraş depremi üzerinden değerlendirmeye alınmasıdır. Türkiye’de 1900-2023 yılları arasında gerçekleşen 269 depremde çok sayıda insanın hayatını kaybettiği (Kahramanmaraş ve Hatay Depremleri Raporu 2023) düşünüldüğünde depremlerde yıkılan ve konuklarına mezar olan birçok otelin durumu incelemeye alınabilir. Örneğin Van depreminde yıkılan otellerle ilgili çok sayıda haber gerek turizm basınında gerekse ulusal basında çok sayıda habere konu edilmiştir.

Son olarak gelecek araştırmalarda turizm medyasında yer alan haberlerin ilgi, çıkar ve kör noktalarını ortaya koyabilecek genişlikte veriler toplanabilir; kente karşı işlenen suçlara ilişkin haberler daha geniş bir zaman aralığı belirlenerek incelenebilir ve bir harita üzerinde ilişkiler ağı üzerinden açıklanarak bu suçları yaratan güç odaklarını ortaya koyan bulgular elde edilebilir. Kente karşı işlenen suçların özellikle hatalı imar uygulamaları bağlamında ortaya çıktığı düşünüldüğünde İmar Barışı’nın yürürlüğe girmesini takip eden dönemlerdeki haberler incelenerek deprem öncesi ve sonrası haberlerin ilişkisi ortaya koyulabilir. Böylece ülkede gerçekleşen diğer depremlerde yıkılan oteller derinlemesine incelenip otellerin güvenliği canlı bir şekilde gündemde tutulabilir.

**Teşekkür:** Bu çalışmanın son hâlini almasındaki emeklerinden dolayı Arş. Gör. Songül Çilem KAYA’ya teşekkürü bir borç biliriz.

## KAYNAKÇA

AFAD (2023). Kahramanmaraş’ta Meydana Gelen Depremler Hk. Basın Bülteni-36. <https://www.afad.gov.tr/kahramanmarasta-meydana-gelen-depremler-hk-36>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.

Akalın, M. (2018). *Kente Karşı İşlenen Suçların Faili İmar Afları*. Konya: İksad Yayınevi.

Aksoy, E. (2007). Suç ve Güvenli Kent Yaklaşımı, *TMMOB Ankara Şubesi Yayınları*, 06 (55): 11-15.

Aliağaoğlu, A. ve Uğur, A. (2021). Kentlerde Suç ve Suça İten Sebepler, Suçla İlgili Teorik Çalışmalar, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26 (45): 37-54.

Alp, B. (2012). Kente Karşı Suç Kavramına Kıyılı Alanlarındaki İmar Uygulamaları Çerçevesinden Bir Bakış: Kuşadası Örneği (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı, (51): 395-407.

Aydın, M. K. (2003). Kapitalizm ve Kriz, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (6): 1-10.

Bahçeci, H. I. (2017). Neoliberalizmin Kentsel Mekândaki Tezahürü Olarak Kentsel Dönüşüm, *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*, 5 (1): 36-47.

Barbieri, C. B., Schwarzbald, A. ve Raya Rodriguez, M. T. (2007). Environmental Crime Investigation in Arroio Do Meio, Rio Grande Do Sul, Brazil: Tannery and Shoe Factory Waste Landfill Case Study, *Environmental Forensics*, 8 (4): 361-369.

Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as A Qualitative Research Method, *Qualitative Research Journal*, 9 (2): 27-40.

Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. Londra: Sage Publications.

Chiodelli, F. (2019). The Illicit Side of Urban Development: Corruption and Organised Crime in the Field of Urban Planning, *Urban Studies*, 56 (8): 1611-1627.

Creswell, J. W. ve Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Londra: Sage Publications.

Cumhuriyet Gazetesi (2023). Depremde Onlarca Kişiyi Mezar Olmuştur... Yıkılan İsis Otel’de ‘gizlilik’ bilmececi, <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiyede-premde-onlarca-kisiye-mezar-olmustu-yikilan-isis-otelde-gizlilik-bilmececi-2053687>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.

Cumhuriyet Gazetesi (2024). Kırçoval Otel’de Delil Karartma Riski, [https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/kircuval-otelde-delil-karartma-riski-2171345?utm\\_medium=AramaSonuc&utm\\_source=AramaSonuc](https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/kircuval-otelde-delil-karartma-riski-2171345?utm_medium=AramaSonuc&utm_source=AramaSonuc), Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.

Çelik, Z. (2012). Neoliberalizmin Kısa Tarihi, *İdealkent*, 3 (7): 187-193.

Dündar, H. (2015). İmar Kirliliğine Neden Olma Suçu, *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5 (1): 87-110.

Dünya Sağlık Örgütü (2023). Türkiye Earthquakes - 1 year on, <https://www.who.int/europe/news-room/spotlight/turkiye-earthquakes-1-year-on>, Erişim tarihi: 06 Şubat 2024.

Ertan, K. A. (2014). *Kent ve Kentli Hakları*. Ankara: Türkiye ve Orta-Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.

Gazete Duvar (2023). ‘İlk Sarsıntıda Yıkılan Oteller ‘Hasarsız’ Raporunu Nasıl Aldı?’, <https://www.gazeteduvar.com.tr/ilk-sarsintida-yikilan-oteller-hasarsiz-raporunu-nasil-aldi-haber-1605000>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.

Geray, C. (2007). Güvenli Kent ve Kente Karşı Suç Üzerine, *TMMOB Ankara Şubesi Yayınları*, 06 (55): 50-55.

Green, P. (2005). Disaster By Design: Corruption, Construction and Catastrophe, *British Journal of Criminology*, 45 (4): 528-546.

Haber Dairesi (2023). Konyalı TIR Şoförü Malatya’daki Otel Enkazında Can Verdi, <https://haberdairesi.com/turkiyel>

- konyali-tir-soforu-malatyadaki-otel-enkazinda-can-verdi-89978h*, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Habertürk Gazetesi (2023a). 31 Kişiyi Mezar Olan Rezidansın Bilirkişi Raporu "Pes" Dedirtti!, <https://www.haberturk.com/31-kisiye-mezar-olan-rezidansin-bilirkisi-raporu-pes-dedirtti-malatya-haberleri-3631252>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Habertürk Gazetesi (2023b). Depremde 14 Kişinin Öldüğü Kahramanmaraş'taki Arıkan Otel'in Taşıyıcılarında Yetersizlik Tespit Edildi, <https://www.haberturk.com/kahramanmaraş-haberleri/33246922-depremdede-14-kisinin-oldugu-kahramanmarastaki-arikan-otelin-tasiyicilarinda-yetersizlik>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Kalonya, D. H. ve Yıldırım, Z. (2020). Kent Suçu ya da Kente Karşı Suç: İzmir Örneği, *İdealkent*, 11 (30): 747-766.
- Karadağ, A. ve Durukan, Z. (2022). Neoliberal Kentleşmenin Mekânsal Yansıması Olarak Güvenlikli Siteler ve Türkiye, *Ege Coğrafya Dergisi*, 31 (1): 207-220.
- Karaman, A. ve Foroughi, S. (2023). Turizm İşletmelerinin Deprem Yönetmeliğine Göre Yapılması ve Değerlendirilmesi İçinde Ç. Ünüsan, M. Sezgin ve A. Köseoğlu (Editörler) *Deprem ve Turizm* (ss. 7-19). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karasu, M. A. (2007a). İmar Uygulamaları Bağlamında Kente Karşı Suç (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karasu, M. A. (2007b). Kente Karşı İşlenen Suçlar ve Suçun Aktörleri, *TMMOB Ankara Şubesi Yayınları*, 06 (55): 56-63.
- Karo, E. (2017). Kente Karşı Suç Türü Olarak Yasadışı Yapılaşma İçinde Ç. *Hikmet Uluslararası Hakemli İlimi Araştırma Dergisi*, 15 (30): 54-69
- Keleş, R. (2007). Kente Karşı Suç, *TMMOB Ankara Şubesi Yayınları*, 06 (55): 45-47.
- Keleş, R. ve Mengi, A. (2017). *Kent Hukuku*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Köseoğlu, F. G. ve Sönmez, F. N.Ö. (2022). Fikirtepe Kentsel Dönüşüm Projesi Kente Karşı İşlenmiş Bir Suç Mudur?, *İdealkent*, 37 (13): 1963-1980.
- Lincoln, Y. ve Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry: Establishing Trustworthiness*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Mengi, A. (2007). Kente Karşı Suç-İmar Suçu, *TMMOB Ankara Şubesi Yayınları*, 06 (55): 47-49.
- Milliyet Gazetesi (2023). Makyajlanmış Ölüm Rezidansı, <https://www.milliyet.com.tr/gundem/makyajlanmis-olum-rezidansi-6900792>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Mosedale, J. (2016). Conclusion: Tourism and Neoliberalism: States, the Economy and Society. İçinde; *Neoliberalism and the Political Economy of Tourism* (ss. 157-166). Londra: Routledge.
- Sabah Gazetesi (2023). 32 Emekçi Aynı Yerde Hayatını Kaybetti, <https://www.sabah.com.tr/yasam/32-emekci-ayni-yerde-hayatini-kaybetti-6373561>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Sezgin M. ve Karagöz B. S. (2023). Kahramanmaraş Depreminin Konaklama İşletmelerine Etkisi ve Fay Tehdid. İçinde; Ç. Ünüsan, M. Sezgin ve A. Köseoğlu (Editörler) *Deprem ve Turizm* (ss. 105-118). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Sözcü (2023). Usulsüzlüğün Üstü İmar Barışıyla Kapatıldı, 31 Kişiyi Mezar Oldu, <https://www.sozcu.com.tr/usulsuzlugun-ustu-imar-barisiyla-kapatildi-31-kisiye-mezar-oldu-wp7838824>, Erişim tarihi: 09 Şubat 2024.
- Takvim Gazetesi (2023). Malatya Avşar Otel'de Can Pazarı! Sahibi Osman Avşar Konuştu!, Yerle Bir Olan Avşar Otel'de Kaç Kişi Var, Enkaz Altındakiler Kurtarıldı mı? <https://www.takvim.com.tr/haberler/2023/02/07/malatya-avsar-otelde-can-pazarı-osman-avsar-konusutu-yerle-bir-olan-avsar-otelde-kac-kisi-var-enkaz-altindakiler-kurtarildi-mi/3>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- TCK (2004). Türk Ceza Kanunu. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5237.pdf>, Erişim tarihi: 05 Şubat 2024.
- Tekeli, H. N. (2021). Turizm Yatırım Projelerinde, Yatırım Kararını ve Yatırım Yeri Seçimini Etkileyen Faktörler. İçinde; Ş. Karabulut (Editör) *İşletmecilik Pazarlama ve Kültür Perspektifinden Turizm* (ss. 29-38). Ankara: Detay Yayıncılık.
- TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası (2019). Kent Suçları Haritası, <https://izmir.imo.org.tr/TR,42839/kent-suclari-haritasi.html>, Erişim tarihi: 06 Şubat 2024.
- TRT Haber (2023). Adıyaman'da 5 Kişinin Hayatını Kaybettiği Otel Neden Yıkıldı?, <https://www.trthaber.com/haber/turkiyeliadiyamanda-5-kisinin-hayatini-kaybettigi-otel-neden-yikildi-748671.html>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- Tseng, P. K., Chiang, C. M., Hu, H. Y. ve Chen, C. Y. (2008). Categories of Building Violations and Environmental Externalities-Empirical Observation in Taiwan, [https://www.prrs.org/uploads/763/1742/Tseng\\_Categories\\_Of\\_Building\\_Violations\\_And.pdf](https://www.prrs.org/uploads/763/1742/Tseng_Categories_Of_Building_Violations_And.pdf), Erişim Tarihi: 18 Mart 2024.
- Turizm Ajansı (2023a). Depremde Yıkılan Otelin Sahibine Tahliye!, <https://www.turizmajansi.com/haber/depremdelikilan-otelin-sahibine-tahliye-h61223>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- Turizm Ajansı (2023b). Rehberlerden Oteller İçin Denetim Çağrısı!, <https://www.turizmajansi.com/haber/rehberlerden-oteller-icin-denetim-cagrisi-h58588>, Erişim Tarihi: 14 Nisan 2023.
- Turizm Gazetesi (2023a). Bakanlık açıkladı: Deprem bölgesinde 81 otel yıkıldı, <https://www.turizm gazetesi.com/haber/bakanlik-acikladi-deprem-bolgesinde-81-otel-yikildi/84543>, Erişim tarihi: 18 Ocak 2024.
- Turizm Gazetesi (2023b). Depremde Yıkılan 23 Otelden 2'sinin Sahibi Tutuklandı, <https://www.turizm gazetesi.com/haber/depremdelikilan-23-otelden-2-sinin-sahibi-tutuklandi/84396>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- Turizm Gazetesi (2023c). İşte Depremde Yıkılan 23 Otel: Sahipleri, Siyasi İlişkileri ve Diğer Bilgiler, <https://www.turizm gazetesi.com/haber/iste-depremdelikilan-23-otel-sahipleri-siyasi-iliskileri-ve-diger-bilgileri/84372>, Erişim tarihi: 18 Ocak 2024.
- Turizm Gazetesi (2023ç). İsias Otel ve Yargı, <https://www.turizm gazetesi.com/yazili/isias-otel-ve-yargi/3855>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.
- Turizm Güncel (2023a). Bakanlık Depremde Çöken ve Zarar Gören Otel Sayısını Açıkladı, <https://www.turizm guncel.com>.

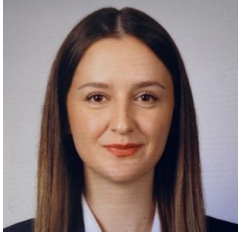
- com/haber/bakanlik-depremde-coken-ve-zarar-goren-otel-sayisini-acikladi*, Erişim tarihi: 14 Nisan 2023
- Turizm Güncel (2023b). Depremde Yıkılan Kırçuval Otel'in Davasında Bir Tahliye Daha, <https://www.turizmguancel.com/haber/depremde-yikilan-kircuval-otelin-davasinda-bir-tahliye-daha>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- Turizm Güncel (2023c). Korkunç! Malatya'daki Depremde 4 Otel ve Bir Rezidans Çöktü, <https://www.turizmguancel.com/haber/korkunc-malatyadaki-depremde-4-otel-ve-bir-rezidans-coktu>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Güncel (2023ç). Trend Garden Residence Yerle Bir Oldu, <https://www.turizmguancel.com/haber/uc-yil-once-yapilan-trend-garden-residence-yerle-bir-oldu>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Güncel (2023d). Depremde Çöken Saffron Hotel ile İlgili Dikkat Çeken Bilgi, <https://www.turizmguancel.com/haber/depremde-coken-saffron-hotel-ile-ilgili-dikkat-ceken-bilgi>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Güncel (2023e). Kazancı Otelin Sahibi de Gözaltında, <https://www.turizmguancel.com/haber/kazanci-otelin-sahibi-de-gozaltinda>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Güncel (2023f). Depremde Çöken İsis Hotel Hakkında Suç Duyurusu, <https://www.turizmguancel.com/haber/depremde-coken-isis-hotel-hakkinda-suc-duyurusu>, Erişim tarihi: 14 Nisan 2023.
- Turizm Güncel (2023g). Kuşadası'ndaki Turizm Tesislerine Sismik İzolatör Zorunluluğu Geliyor, <https://www.turizmguancel.com/haber/kusadasindaki-turizm-tesislerine-sismik-izolator-zorunluluğu-geliyor>, Erişim tarihi: 14 Nisan 2023.
- Turizm Güncel (2024a). 17 Kişinin Öldüğü Kırçuval Otel İle İlgili 'Delil Karartma' Uyarısı, <https://www.turizmguancel.com/haber/17-kisinin-oldugu-kircuval-otel-ile-ilgili-delil-karartma-uyarisi>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- Turizm Güncel (2024b). 72 Kişiye Mezar Olan İsis Otelin Sahibi Mahkemede Kendini Nasıl Savundu? <https://www.turizmguancel.com/haber/72-kisiye-mezar-olan-isis-otelin-sahibi-mahkemede-kendini-nasil-savundu>, Erişim tarihi: 9 Ocak 2024.
- Turizm Günlüğü (2023a). Depremde Yıkılan Kazancı Otel'in Sahibine Gözaltı, <https://www.turizmgunlugu.com/2023/02/19/depremde-yikilan-kazanci-otelin-sahibine-gozalti/>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Günlüğü (2023b). Depremde Yıkılan Bazı Oteller ve Siyasi Bağlantıları..., <https://www.turizmgunlugu.com/2023/02/22/iste-depremde-yikilan-bazi-oteller-ve-siyasi-baglantilari/>, Erişim tarihi: 14 Nisan 2023.
- Turizm Günlüğü (2023c). Depremde Yıkılan 25 Otelden Sonra Ne Yaptık?, <https://www.turizmgunlugu.com/2023/03/10/depremde-yikilan-25-otelden-sonra-ne-yaptik/>, Erişim tarihi: 14 Nisan 2023.
- Turizm Günlüğü (2024). İsis Otel Davası Başladı, <https://www.turizmgunlugu.com/2024/01/03/isis-otel-davasi-basladi/>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Haber Merkezi (2023a). Enkaza Dönen Otelin Kolonlarını Kesmişler!, <https://www.turizmhabermerkezi.net/enkaza-donen-otelin-kolonlarini-kesmisler/19410/>, Erişim tarihi: 08 Şubat 2024.
- Turizm Haber Merkezi (2023b). İşte depremde yıkılan otellerin siyasi bağlantıları!, <https://www.turizmhabermerkezi.net/iste-depremde-yikilan-otellerin-siyasi-baglantilari/19445/>, Erişim tarihi: 11 Nisan 2023.
- Turizm Haber Merkezi (2023c). Felakete davetiye çıkaran vurdumduymaz Antalya oteli!, <https://www.turizmhabermerkezi.net/felakete-davetiye-cikaran-vurdumduymaz-antalya-oteli/19404/>, Erişim tarihi: 11 Nisan 2023.
- Turizm Haber Merkezi (2023ç). Sinpaş'ın Kızılbük'teki Otel Projesi Çürük Temel Üzerinde Yükseliyor!, <https://www.turizmhabermerkezi.net/sinpas-in-kizilbuk-teki-otel-projesi-curuk-temel-uzerinde-yukseliyor/19420/>, Erişim tarihi: 11 Nisan 2023.
- Turizm Haber Merkezi (2023d). Turizm Tesislerinde Zorunlu Sismik İzolatörün Kullanılması ile İlgili Önemli Karar!, <https://www.turizmhabermerkezi.net/turizm-tesislerinde-zorunlu-sismik-izolatorun-kullanilmasi-ile-ilgili-onemli-karar/19511/>, Erişim Tarihi: 12 Nisan 2023.
- Turizm Haber Merkezi (2024). Onlarca Kişiye Mezar Olan Otelin Sahibi Zafer Kırçuval Serbest! Delillerde Karartma Riski, <https://www.turizmhabermerkezi.net/onlarca-kisiye-mezar-olan-otelin-sahibi-zafer-kircuval-serbest-delillerde-karartma-riski/21534/>, Erişim tarihi: 07 Şubat 2024.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2023). Kahramanmaraş ve Hatay Depremleri Raporu, <https://www.sbb.gov.tr/2023-kahramanmaraş-ve-hatay-depremleri-raporu/>, Erişim tarihi: 17 Ağustos 2023.
- Urano, D. G. (2022). Tourism and Environmental Crimes: A Critical Analysis of the Environmental Impacts of Tourism Through the Lenses of Green Criminology (*Basılmamış Doktora Tezi*). Brezilya: Rio Grande Üniversitesi Federal Merkezi Kuzey Avrupa Sosyal Tesisleri Lisansüstü Turizm Uygulama Programı.
- Wirth, L. (1938). Urbanism As A Way of Life. *Chicago Journals*, 44 (1): 1-24, <https://www.sjsu.edu/people/saul.cohn/courses/city/s0/27681191Wirth.pdf>, Erişim tarihi: 06 Şubat 2024.
- Yahyagil, M. Y. (1998). Kentlerin Kültürün Gelişmesindeki Etkileri, *İstanbul Journal of Sociological Studies*, 25: 105-120.
- Yaşar, Ö. (2019). Türkiye'de İmar Aflarının Etkileri: İmar Barışı Örneği (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Kent ve Çevre Bilimleri Ana-bilim Dalı.

**Arzu Toker - Rümeysa Unat**



**Arzu TOKER**

Anadolu Üniversitesi Turizm Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2007). Yüksek lisans derecesini Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan (2011), doktora derecesini de Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan aldı (2019). Anadolu niversitesi'nde çalışmaya başladı (2012) Doçentlik unvanını Turizm alanında aldı (2023). Halen Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi görev yapmaktadır. Temel alışma alanları turizm sosyolojisi, turizm tarihi (mikro tarih) ve nitel araştırma yöntemleridir.



**Rümeysa UNAT**

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2023). Yüksek lisans derecesine Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda (2023) başladı. Nevşehir Hacı Bektaş Veli niversitesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı (2024). Temel alışma alanları turizm yönetimi, otelcilik yönetimi ve turizm sosyolojisidir.



## Örnekleme Yanlılık: Katılımcılar Anketi Anlıyor mu?

Sampling Bias: Do Participants Understand the Survey?

Özkan TÜTÜNCÜ

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Necat Hepkon Spor Bilimleri Fakültesi

### Anahtar sözcükler:

Boş zaman, Araştırma yöntemleri, Örneklem, Örnekleme yanlılık, Raporlama yanlılığı, Geçerlik, Güvenirlik.

### Key words:

Leisure, Research methods, Sampling, Sampling bias, Reporting bias, Validity, Reliability.

### ÖZ

Boş zaman ile ilgili birincil verilere dayalı nicel araştırmalarda ölçme araçlarının geçerlik ve güvenilirlik kriterlerinin karşılanmasına bağlı olarak, çıkarımsal istatistiklerin analiz ve değerlendirilmeleri sunulmaktadır. Bununla birlikte boş zaman çalışmalarında örneklemin geçerlik ve güvenilirliğe etkisi, çoğu zaman ele alınmamaktadır. Bu kapsamda bir konaklama işletmesinden toplanan pilot veriler, örneklem ve tanımlayıcı istatistikler bazında değerlendirilmiştir. Tabakalı küme örneklem dağılımının ortaya koyduklarına dayanarak, bir işletme müdürü ve çalışan ile birebir görüşme ve ardından üç konaklama işletmesi genel müdürü ile odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler ve görüşmeler, örneklemin geçerli ve güvenilir sonuçlar üretemeyeceğini ortaya koymuştur. Akabinde, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisinin son iki sayısında yayınlanan birincil veriye sahip makaleler, örneklem açısından değerlendirilmiştir. Bulgular beyanların eğilimi ve örneklemin yanlılığı kapsamında eleştirel bir gözle değerlendirilmektedir.

### ABSTRACT

Depending on the fulfillment of the validity and reliability criteria of measuring instruments in quantitative researches with primary data, analysis and evaluations of the inferential statistics are presented in leisure studies. However, the effect and contribution of sampling to validity and reliability in the leisure studies are not often addressed. In this context, pilot data collected from a hotel is evaluated on the basis of sampling and descriptive statistics. Based on the facts of the stratified random cluster sample, face to face interviews were conducted with a manager and an employee. Then, a focus group interview were performed with three hotel managers. Descriptive statistics and findings of interviews were revealed that the sample can not provide valid and reliable results. Next, articles with primary data published in the last two issues of Journal of Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi were evaluated in terms of sampling. Findings are evaluated in the context of sampling and reporting bias.

## GİRİŞ

Boş zaman endüstrisinin gelişimine bağlı olarak, bu alanda yapılan araştırmaların sayısının artması olağan olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte yapılan araştırmaların yöntemsel açıdan bazı temel hususları göz ardı ettiği görülmektedir. Araştırma yöntemleri içinde ele alınan konulardan biri olan örneklemin, yapılan nicel araştırmaların içinde yeterince ele alınmadığı ve değerlendirilmediği söylenebilir. Bu durumun özellikle birincil veri analizine dayanan araştırmalar için geçerli olduğu belirtilmelidir. Yapılan çalışmalar nicel olarak artsa da eksik sunulan veya dikkate alınmayan katılımcı profillerinden dolayı, nitelik açısından farklı sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu belirlemelerden hareketle, bu çalış-

manın temel amacı örneklem ile ilgili yeterli bilgi paylaşımının yapılmamasının doğurabileceği sonuçları ortaya koymaktır.

Konuyu netleştirebilmek için *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin son iki sayısı, yazar tarafından incelenmiştir. Son iki sayının seçilmesinin ana nedeni güncel ve çarpıcı örnekleri içermesidir. Bu kapsamda Toker ve Aksakal'ın (2023) "Açık alan rekreasyon faaliyetleriyle zoonoz riski algısı," Özdemir ve Altunöz'ün (2023) "Futbolda taraftar özdeşleşme düzeyinin destinasyon imajı ve destinasyon aidiyetine etkisi" ve Davras'ın (2023) "Yamaç Paraşütü Yapan Yerli ve Yabancı Turistlerin Destinasyon Memnuniyetleri: Bir AEPA Uygulaması" adlı çalışmaları incelenmiştir. Çalışmaların yöntem ve kısıtlar bölümüne odak-

lanılmıştır. Burada ele alınan üç makalenin dikkate değer ve keyifle okunan çalışmalar olduğu belirtilmelidir.

Yazarın her yıl doçentlik dosyalarında okuduğu yüzün üzerinde makale ile ulusal ve uluslararası dergiler için yaptığı hakem değerlendirmeleri, örneklem ile ilgili eksiklikleri destekleyen bir başka öznel bulgu olarak ele alınabilir. Bu belirlemelerden hareketle, öncelikle örneklem, geçerlik ve güvenilirlik ile ilgili temel kavramlar kısaca ele alınıp, ardından bunlar arasındaki ilişki hem yazarın kendi çalışması hem de *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin son iki sayısında yer alan üç çalışma bazında değerlendirilecektir.

### ÖRNEKLEM, GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK

Bilindiği üzere örneklem evreni oluşturan, nitelik ve nicelik olarak onu temsil eden, yeterli büyüklükteki kümeyi ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle bir bütünün daha küçük bir parçası tarafından temsil edilmesidir. Örnekleme ise evrenden örneklem seçilme işlemi olarak tanımlanabilir. Araştırmacılar özellikle maliyet ve zamandan tasarruf etmek adına örneklem ile çalışma eğilimindedir. Bununla birlikte nicel araştırmaların geçerli ve güvenilir sonuçlar üretebilmesi için örneklemin evreni temsil etmesi elzemdir (Neuman 2014). Bunun için mümkün ise en uygun olan olasılığa dayalı (rastsal/tesadüfi/seçkisiz) örneklem yönteminin seçilmesi gerekmektedir.

Örneklem yöntemleri olasılığa dayalı (rastsal/tesadüfi/seçkisiz) ve olasılığa dayanmayan (seçkili/rastsal ve tesadüfi olmayan) örneklem olarak iki ana grup altında incelenmektedir. Olasılığa dayalı örnekleme [sınırlamasız veya basit şans, karmaşık veya sınırlamalı (sistemik ve tabakalı şans), küme ve çok basamaklı örneklem] her elemanın, bireyin veya unsurun eşit bir şekilde seçilme olasılığı veya çalışmaya katılma ihtimali bulunmaktadır. Öte yandan olasılığa dayanmayan örnekleme [kolayda veya gelişigüzel, bilinçli (karar veya kota) ve kartopu örneklem] her elemanın, bireyin veya unsurun eşit bir şekilde seçilme olasılığı veya çalışmaya katılma ihtimali bulunmamaktadır. Olasılığa dayalı örneklemelerde seçimlerin tesadüfi olmasına bağlı olarak, evrenin daha gerçekçi temsil edilmesi, doğru ve

hassas tahminleme yapılması ile tarafsızlık ve yansızlık durumu söz konusudur (Schutt 2014). Diğer taraftan, olasılığa dayanmayan örneklemelerde seçimlerin tesadüfi olmamasına bağlı olarak, yüksek olasılıkla evrenin temsil edilememesi durumu, yanlılık ve tarafılık nedeniyle evrenin orta veya düşük düzeyde tahminleme olasılığı bulunmaktadır. Özetle olasılığa dayanmayan örneklemelerin sınırlı sayıda araştırma tipleri, olasılığa dayalı olan örneklemelerin ise çok daha fazla araştırma türü için uygun olduğu söylenebilir. Tüm bu belirlemelerden hareketle geçerli ve güvenilir bir araştırma için örneklemin bulundurulması gereken temel unsurları hatırlatmakta fayda vardır.

Örneklemin genellenebilirliğe katkı sağlayabilmesi için evreni temsil edebilme ve yansıtılabilme yeteneği olmalıdır. Bu nedenle araştırmanın yeterli büyüklükte, olasılığa dayalı olarak seçilmiş, evreni tam temsil eden bir örneklem ile araştırmanın yapılması gerekmektedir. Bu çalışmaların boyamsal olarak yürütülen çalışmalarla desteklenmesiyle, dışsal geçerliğe ve sonuçların genellenmesine katkı sağlanmaktadır.

Örneklemin tarafsız bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Sağlıklı gerçekleştirilen örneklem ile araştırmalarda önyargı, yanlılık, tarafgirlik en aza indirilmektedir. İngilizcede bias olarak ele alınan bu kavram, örnekleme sapma, olumsuz yönelim ve eğilim olarak da ele alınabilir. Örneklemin evreni temsil yeteneği göz ardı edilerek gerçekçi bir şekilde oluşturulmaması, çalışmaların yanlış sonuçlar üretmesine neden olmaktadır. Uygun örneklem yöntemi kullanılarak, yanlılık olasılığı azaltılmakta ve araştırmaların içsel geçerliği artırılmaktadır.

Örneklemin sağlıklı belirlenmesi, yapılan analizlerin hassasiyet ve doğruluğuna katkı sağlamaktadır. Sağlıklı belirlenen ve uygulanan örneklem, belirli bir hassasiyet düzeyinde evren parametrelerinin tahmin edilmesine, örneklem hatasının azaltılmasına (Schutt 2014; Houser 2015) yardımcı olmaktadır. Uygun bir örneklem yöntemi ve büyüklüğü ile doğru ve güvenilir tahminleme yapılmaktadır. Büyük örnek boyutları genellikle daha kesin tahminleme yapmaya yardımcı olmakta, alfa tipi hataya dikkat etme koşuluyla

bulguların hata marjını azaltmaktadır. Aynı zamanda uygun örneklem ile araştırmaların maliyetleri azaltılmakta ve verimlilik sağlanmaktadır. Evren üzerinde araştırma yapmak genellikle zaman, maliyet ve kaynaklar açısından uygulanabilir değildir veya olanaksızdır. Evrenin alt kümesi olan örneklemin incelenmesiyle, evren hakkında ekonomik bir şekilde anlamlı sonuçlar üretmek olanaklı hale gelmektedir.

Bu belirlemelerden hareketle örneklem yöntemi belirlendikten sonra, araştırmacılar veri toplama başlamaktadırlar. Örneklem yönteminin belirlenmesi kadar, verilerin toplanma süreci ve örneklemin dağılımı ayrı bir önem taşımaktadır. Örneklem dağılımı yukarıda belirtilen temsiliyet ve tesadüfiliğin somutlaştırılması ve netleştirilmesi için ele alınmalıdır. Bu kapsamda yine araştırma yöntemleri ile ilgili bazı temel bilgileri hatırlamakta fayda bulunmaktadır. Araştırmacılar veri analizlerinde ölçmede hata yapabilmektedir. Genelde sabit, sistematik ve tesadüfi ölçüm hatalarına neden olan hata kaynakları göz ardı edilebilmektedir. Ölçümü yapan araştırmacıdan kaynaklanan hatalar genellikle araştırmacının nesnel ve dikkatli olmamasından, önyargısı veya yanlılığından-bias, eğitim durumundan, araştırma tecrübesinden ve etik olmamasından kaynaklanmaktadır. Katılımcılardan kaynaklanan hatalar ise genellikle katılımcının eğitim düzeyinden, önyargısı veya yanlılığından-bias, psikolojik durumundan, dikkatli olmamasından veya stres-kaygı ve sağlık durumundan kaynaklanabilmektedir. Ölçme araçlarından kaynaklanan hatalar ise yüz-yüze uygulanması gereken ölçme aracının, internet üzerinden uygulanması gibi yanlış ölçme araçlarının veya yöntemlerinin kullanılmasından ortaya çıkabilmektedir. Son olarak ortamdan kaynaklanan hatalar ise sıcak, soğuk, nemli, gürültülü, karanlık veya çok aydınlık gibi sağlıklı olmayan ortamlarda çalışmaların yürütülmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durumlar hem ölçüm hatalarına hem de örneklem yanlılığına ve yanlılıklarına neden olabilmektedir.

Örneklem yanlılığı, örneklemin doğru ve hasas bir şekilde evreni temsil etmemesi veya yansıtmasından kaynaklanmaktadır. Bunun en büyük nedeni evreni temsil eden belirli bir gru-

bun örneklem içinde olduğundan daha fazla ve yoğun bir şekilde yer almasından veya evreni temsil eden belirli bir grubun örneklem içinde olduğundan daha az ve seyrek bir şekilde yer almasından kaynaklanmaktadır. Bu bir şekilde sistematik hataya yol açmaktadır. Sistematik hata yapısı itibarıyla araştırmacıdan kaynaklanan bir yanlılıktır ve geçerliğe etki etmektedir (Jager vd. 2020). Ek olarak, standart hatayı azaltmak için rastgele seçim ve büyük örneklem boyutu ile çalışmak gerekmektedir (Liamputtong 2013). Örneklem yanlılığı ile ilgili tarihteki en iyi örneklerden birini 1948 yılı ABD seçim tahminleri oluşturmaktadır. *Chicago Daily Tribune gazetesi* seçimler öncesinde yaptığı çalışmaya bağlı olarak başkanlığa Cumhuriyetçi Thomas Dewey'in seçileceğini, Harry Truman'ın ise kaybedeceğini öngörmüştür. Ancak tam tersi bir sonuçla karşılaşmıştır. Neyin yanlış gittiğini görmek için anketlerini tekrar gözden geçirdiklerinde, Cumhuriyetçilerin örnekleme içinde olması gerektiğinden daha fazla yer aldığı belirlenmiştir. Bu durumun en önemli nedenlerinden biri anketlerin tamamen telefon ile yapılması olmuştur (Norris 2018). Dönemin zengin bireylerinin bir telefona sahip olması ve bunlar içinde Cumhuriyetçilerin daha fazla olması, tahminlerde Dewey'i önde gösterirken, gerçek durum Truman'ın lehine gerçekleşmiştir. Örneklem yanlılığında, örneklemin seçiminde araştırmacıdan kaynaklanan bu gibi durumlar olduğu gibi, evreni temsil edenlerin çalışmaya katılmamasından dolayı, evreni oluşturan üyelerin (tabakaların) örneklem içinde eksik temsili de söz konusudur. Ayrıca katılımcıların yanlış veya eksik bilgi vermeleri, beyan eğilimleri bazında raporlama yanlılığına neden olabilmektedir (Althubaiti 2016). Tüm bu durumlar aslında örneklem yanlılığının, geçerli ve güvenilir sonuçlar üretmeyeceğine iyi bir örnek oluşturmaktadır.

Geçerlik ve güvenilirlik araştırmacıların ölçüm kalitesini ortaya koymak için kullandıkları temel kriterlerdir. Bu kapsamda geçerlik ölçme aracının kullanıldığı amaca hizmet etme kabiliyetidir. Diğer bir ifade ile ölçme aracı ölçmesi gereken konuyu ne kadar doğru ölçüyorsa, o kadar geçerlidir. Farklı şekillerde gruplandırılabilir ama

temel olarak nicel araştırmalarda veri toplama öncesinde kapsam ve içerik geçerliğine, veri toplama sonrasında ise yapı (yakınsak ve ayrımsa ile birlikte) geçerliğine ilişkin kanıtlar ortaya konmaya çalışılmaktadır.

Geçerlik kendi içinde uygulanma alanı kapsamında içsel ve dışsal olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İçsel geçerlik temel olarak keşifsel düzeyde sadece ilgilenen tek bağımlı değişken üzerinde ona doğrudan etki eden bağımsız değişken(ler)in belirlenmesi amacıyla yapılan testlerin uygulandığı küçük gruptaki açıklama düzeyini; dışsal geçerlik ise içsel geçerlikte belirlenmiş olan bu ilişkinin ve çalışma sonuçlarının uygulandığı büyük gruplara (diğer durumlarda ve/veya başka popülasyonlarda) genellenebilme ve açıklama düzeyini ifade etmektedir. Bu duruma COVID-19 için geliştirilen Sinovac ve Biontec aşıların laboratuvar (yapay ortam) sonuçlarının ortaya koyduğu içsel geçerlik ile sahada (doğal ortam) ortaya koyduğu dışsal geçerlik düzeylerinin farklılaşma veya farklılaşmama düzeyleri örnek olarak gösterilebilir. Gerçek dünya sonuçları, laboratuvar sonuçlarından farklılık gösterebilmektedir.

Güvenirlik ise veri kalitesini ortaya koyan bir diğer kriterdir. Güvenirlik ölçümün tutarlığını ve kararlılığını ifade etmektedir. Aynı yapıyı ölçen testlerin veya ifadelerin ne kadar benzer sonuçlar verdiğinin (kararlılığının) ölçülmesidir. Ölçme aracı aynı koşullar altında benzer ve tekrarlanabilir yüksek tutarlığı gösteriyorsa, güvenilir olarak ele alınır. Geçerlik ve güvenilirliğine yönelik göstergelerinin çıkarımsal (yorumsal) istatistik bazında değerlendirilebilmesi için doğru örneklemin kullanılması ve elde edilen verilerin sağlıklı (goodness of data) ve kaliteli olması şarttır.

Bu belirlemelerden hareketle bu çalışmanın temel amacı birincil veriye dayanan nicel analizlerde, örneklem ile ilgili paylaşılan bilgilerin eksikliklerini ve yanlışlıklarını kanıtları ile ortaya koymaktır. Bu amaçla yazar öncelikle kendi çalışmasında elde ettiği bulgulara dayalı olarak eleştirisini yapıp, yanlış örneklem ile elde edecek veri analizlerinin yaratabileceği sonuçlara dikkat çekmektedir. Daha sonra *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'* nin son iki sayısında yayınlanan birincil verilere dayalı üç nicel çalışma-

yı inceleyerek, örneklem ile ilgili saptamalarını somutlaştırmaktadır.

## YÖNTEM

Bu çalışmada hem nicel hem nitel araştırma yöntemleri ile toplanan veri ve bulgular, örneklem yapısını belirlemek ve durum tespitinde bulunmak amacıyla değerlendirilmiştir. İlk olarak 2024 yılı Mayıs ayında Marmaris'te yer alan beş yıldızlı bir otel işletmesinin çalışanlarına yönelik tabakalı küme örnekleme ile pilot çalışma yapılmıştır. Otel işletmesinin sağladığı cinsiyet, eğitim, çalışma durumu, doğum yeri tabakaları ve dağılımları çerçevesinde, yüz yüze toplanan veriler tanımlayıcı istatistikler bazında değerlendirilmiştir. Tabakalı küme örnekleminde o kümede yer alan tüm bireylere ulaşılması mümkün olup, küme tam olarak tabakaları bazında yansıtılabildiğinden, bu çalışmada tabakalı küme örnekleme seçilmiştir. Elde edilen verinin tanımlayıcı istatistiklerinin ortaya konmasında açık kaynak kodlu, özgür ve ücretsiz bir yazılım olan Jamovi istatistik programı kullanılmıştır (R Core Team 2023; The Jamovi Project 2024).

Nicel araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak, örneklem yapısını anlayabilmek için ilgili otel yöneticisi ve bir çalışan ile örneklem yapısını anlamak için yüz yüze görüşmeler gerçekteştirilmiştir. Elde edilen bulgulardan hareketle, yakın tarihte yapılması planlanan bir araştırma için seçilmiş olan ve Marmaris'te yer alan diğer bir beş ve dört yıldızlı otel işletmesi müdürü, odak grup çalışmasına davet edilmiştir. Nicel çalışmanın yapıldığı kurum müdürü dahil, iki adet beş ve bir adet dört yıldızlı otel işletmesi müdürü ile aynı ayda bir odak grup çalışması gerçekteştirilmiştir. Nicel çalışmanın yapıldığı işletme yöneticisi ile yapılan görüşmede sorulan sorular, tüm yöneticilerle yapılan odak grubu çalışmasında da tekrar ele alınmıştır.

Örneklem ile ilgili elde edilen bulgulara destek bulmak amacıyla, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'* nin son iki sayısındaki (Cilt 34 Sayı 1 ve 2) birincil verilere dayalı yayınlanan nicel yöntemin kullanıldığı makalelerin örneklem içerikleri, durum tespiti bazında nitel açıdan ele alınmıştır. Burada her ne kadar okuyuculara sunulan bir-



birinden bağımsız gözükten üç farklı araştırma (nicel çalışma, görüşme-odak grup çalışması ve makalelerin değerlendirilmesi) olsa da bu çalışma mevcut hali ile çıkarımsal bir yorumlamaya veya kestirime olanak vermemektedir. Çalışmadaki tanımlayıcı ve betimsel istatistikler ile yapılan görüşme ve odak grup çalışmaları, örneklem yanlılığına yönelik durum tespitine yardımcı olmak üzere değerlendirilmiştir. Nicel araştırma kısmında herhangi bir ölçme aracı kullanılmadığından, geçerlik ve güvenilirlik ile ilgili bir analiz gerçekleştirilmemiştir. Öte yandan görüşme ve odak grup çalışmalarındaki açıklamalar için inandırıcılık (credibility), aktarılabirlik (transferability), tutarlılık (dependability) ve doğrulanabilirlik (confirmability) kriterleri çerçevesinde değerlendirmeler yapılmıştır.

## BULGULAR

Pilot çalışma için toplanan birincil verilerin tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde, 405 çalışanın ortalama yaşı 32,7'dir (S.S.= 12,7; S.H.= 0,63). İstihdam edilenlerin cinsiyet dağılımlarında erkeklerin 297 kişi ile (yüzde 73), kadınların ise 108 kişi ile (yüzde 27) temsil edildikleri görülmektedir. Çalışanların yaklaşık 3/4'ü erkek, 1/4'ü ise kadındır. Tablo 1'de çalışanların eğitim dağılımları sunulmaktadır. 401 çalışan içinde 180 kişi (yüzde 44,8) lise mezunu, 78 kişi (yüzde 19) lisans ve yüksek lisans mezunu iken, 143 kişi (yüzde 36) ilköğretim ve altında eğitim seviyesine sahiptir. İlköğretim ve altında eğitim düzeyine sahip çalışanların tüm çalışanların yaklaşık yüzde 36'sını oluşturması dikkat çekicidir. Diğer bir ifade ile çalışanların 1/3'ünden biraz fazlasının eğitim durumunun düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 2'de çalışanların çalışma durumları ele alınmaktadır. Çalışanların 83'ü (yüzde 21) daimi statüdeyken, geri kalan 301 kişinin (yüzde 79) geçici statüde olduğu görülmektedir. Sezonluk bir otel işletmesinde çalışanların yaklaşık 1/5'nin daimi, 4/5'nin geçici statüde çalıştığı görülmektedir.

Araştırmalarda çalışanların doğum yeri bilgileri genelde dikkate alınmamaktadır. Bu çalışmada çalışanların doğum yeri bilgileri değerlendirmeye alınmıştır. Ancak doğum yeri dağılımlarında, toplamda en az yüzde 1'e giren illere burada yer verilmiştir. Diğer bir ifade ile dört veya daha fazla çalışanın aynı ilde doğmuş olması, bu tablo için bir kriter olarak ele alınmıştır. Bunun nedeni yüzde 1'den az yer tutan illerin toplamdaki payının yüzde 20'den az olması ve tablonun bu iller dahil edildiğinde çok uzun olmasıdır. Tablo 3'te çalışanların kümülatif toplamda ilk yüzde 80'e giren doğum yerleri ve hemşerilik dağılımları verilmektedir. Muğla ilinde doğmuş 63 çalışan bulunmaktadır ve Muğla ili ilk sıradadır. İkinci il ise 45 kişi ile Siirt'tir. Onu Mardin, Şanlıurfa ve Batman takip etmektedir. İlk beşte yer alan bu illerden 20'nin üzerinde çalışanın olması ve toplam çalışan sayısının yüzde 46'sının bu illere dağılması çarpıcıdır.

Tanımlayıcı istatistikler ile ilgili olarak önce bir işletme müdürü, ardından bir çalışan ile görüşme yapılmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, aynı müdürün dahil olduğu iki adet beş ve bir adet dört yıldızlı otel işletmesi müdürü ile odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir. Her üç yönetici de dört yıllık Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu mezunu olup, emeklilik düzeyine gelmiş, tecrübeli kişilerdir. İlk görüşmede otel müdürüne iletilen sorular, tüm yöne-

Tablo 1. Çalışanların Eğitim Dağılımları

Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Okur yazar değil	4	1,0
İlkokul	52	13,0
İlköğretim/Ortaokul	87	21,7
Lise	180	44,8
Lisans	74	18,4
Lisansüstü	4	1,0
Toplam	401	100,0

Tablo 2. Çalışanların Çalışma Durumu Dağılımları

<i>Çalışma Durumu</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Geçici	297	77,4
Daimi	80	20,8
Engelli Daimi	3	0,8
Engelli Geçici	2	0,5
Kısmi Zamanlı	2	0,5
Toplam	384	100,0

ticilerle yapılan odak grubu çalışmasında tekrar ele alınmıştır. Her üç yöneticinin yanıtları, yapılan ilk görüşme bulgularından çok farklılaşmamıştır. Bu nedenle burada öncelikle ilk görüşme yapılan işletme müdürünün yanıtları ele alınacak, daha sonra odak grupta ilk yöneticinin yanıtından farklılaşan diğer yöneticilerin görüşleri

paylaşılacaktır. Bununla birlikte, önce yapılan görüşme ve odak grup çalışmasının geçerlik ve güvenilirlik açısından inandırıcılık, aktarılabirlik, tutarlılık ve güvenilirlik ölçütleri aşağıda kısaca değerlendirilecektir.

İnandırıcılık ölçütünün karşılanması bazında (Guba 1981; Shenton 2004; Şener vd. 2017) çeşit-

Tablo 3. Çalışanların Doğrum Yerleri ve Hemşerilik Dağılımları

<i>Doğum Yeri</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde (%)</i>	<i>Kümülatif (%)</i>
Muğla	63	16,07	16,07
Siirt	45	11,48	27,55
Mardin	28	7,14	34,69
Şanlıurfa	22	5,61	40,30
Batman	21	5,36	45,66
İstanbul	18	4,59	50,25
Diyarbakır	18	4,59	54,85
Aydın	14	3,57	58,42
Ankara	11	2,81	61,22
Kars	8	2,04	63,26
Mersin	8	2,04	65,30
Van	8	2,04	67,35
Adana	8	2,04	69,39
Konya	7	1,79	71,17
Hatay	6	1,53	72,70
İzmir	6	1,53	74,23
Malatya	6	1,53	75,76
Erzurum	5	1,28	77,04
Şırnak	5	1,28	78,31
Ağrı	4	1,02	79,34
Denizli	4	1,02	80,36
Ara Toplam	315		
Diğer İller	77	19,64	100,00
Genel Toplam	392		

leme olarak tanımlayıcı istatistikler, görüşme ve odak grup çalışma yöntemleri birlikte kullanılmış, araştırmacı yüz yüze ve bilfiil alanda çalışmış, araştırmacının alana hakim ve aşına olması açısından ilgili işletmede dört gün boyunca yer almış, bilinçli örneklem olarak karar örneklemini seçerek alt evrenleri temsil eden en tipik kısımlara odaklanmış, soruları önceki çalışma ve bulgular dahilinde konuyla ilişkilendirmiş, yinelenen sorular ile somutlaştırma yapmış, içeriklerin değerlendirilmesinde dört uzmanın görüşünü almış, kendi deneyimlerini ve yorumlarını paylaşmış, kavramsal ilişkilendirme ve tartışmaları yapmıştır. Ayrıca araştırmanın nitel kısmına aktarılan görüşler, görüşü alınan müdürlere tekrar gönderilmiş ve teyit alındıktan sonra çalışmaya konmuştur.

Aktarılabirlik kapsamında (Lincoln ve Guba 1985; Şener vd. 2017), üç işletme yöneticisi ile bir odak grup, bir yönetici ve bir çalışan ile görüşme yapılmış, bunlar araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş, görüşme tekniklerine uyulmuş, görüşme yapılan bir kişinin seçiminde çalışanların en yoğun temsil ettiği ilk şehre dikkat edilmiş ve bunun sadece nicel veri analizinin yapıldığı işletmede ve sadece bir kişi ile yapılmasından dolayı bir kısıt olduğu belirtilmiş, çalışma 16-19 Mayıs 2024 tarihlerinde gerçekleştirilmiş, odak grup çalışması iki saat sürmüş, çalışan ile yapılan görüşme, kişinin iş başında ve yoğun olmasından nedeniyle 20 dakika sürmüştür.

Tutarlılık kapsamında (Shenton 2004; Şener vd. 2017) tanımlayıcı istatistiklere (nicel) bağlı ve uyumlu olarak önce bir yönetici ile görüşme gerçekleştirilmiş (nitel), sonuçların örtüşmesine bağlı olarak durumu çalışan gözünden algılamak amacıyla bir çalışan ile görüşülmüş (nitel), tutarlılığı artırmak amacıyla ardından bir odak grup çalışması yapılmış (nitel) ve son olarak yayımlanmış güncel bazı araştırmaların örneklem bulguları değerlendirilmiş (nitel) ve bunların birbirleriyle örtüştüğü görülmüştür.

Doğrulanabilirlik kapsamında (Guba 1981; Shenton 2004; Şener vd. 2017) çeşitleme olarak araştırmacı tanımlayıcı istatistikler, görüşme ve odak grup çalışma yöntemlerini birlikte ele almış, doçentlik dosyalarındaki eserlere yönelik kendi öz-

nel belirlemelerini kullanmış, kavramsal çerçevede örneklem ile ilgili temsil yeteneğine yönelik değerlendirmeler ve varsayımlarda bulunmuş, kullandığı yöntemin sınırlılıklarını hem yöntem bölümünde hem de sonuç bölümünde gerekçeleriyle ele almış, kullandığı yöntemi görüldüğü üzere detaylandırmış ancak yazar bir diyagrama gerek duymamasından dolayı akışı görselleştirmemiş, bununla birlikte daha önce yapmış olduğu çalışmaya benzer (Şener vd. 2017'deki Şekil 1) bir yol haritası izlemiştir.

Çalışmanın yapıldığı birinci otel yöneticisine çalışanların cinsiyet dağılımlarını, daha önce çalıştığı yerleri de göz önünde bulundurarak nasıl değerlendirdiği sorulduğunda, şu yanıt alınmıştır: "Şu an tesisimizde kadın çalışanların oranı, erkek çalışanlara göre daha düşüktür. Ancak, bu durum bizim tercihimizden kaynaklanmamakta, coğrafi lokasyonumuzdan dolayı gerçekleşmektedir. Eğer şehir merkezine yakın bir otel olsaydı, kadın çalışan sayımız muhtemelen daha yüksek olacaktı. Merkezden uzaklaştıkça, lojmanda yaşam koşullarıyla birlikte, kadın çalışanlarda bir azalma olmaktadır. Yoksa işletmemiz kadın çalışan sayısını arttırmayı her zaman istemekte ve bir ayrımcılık yapmamaktadır. Ek olarak, okulların Haziran ayında kapanmasına bağlı olarak, bizimle çalışmak isteyen kadınların istihdamında bir artış olmaktadır. Teknik servis ve meydan çalışanları genel olarak erkeklerden oluşmakta ve doluluk yapısından bağımsız şekillenebilmektedir. Oysaki kat hizmetleri gibi kadın yoğun çalışılan bir birimde, çalışan sayısı doluluk oranına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Çalışanların cinsiyet dağılımı bu nedenlerle, sezon başında ve ortasında değişkenlik gösterebilmektedir. Bu dağılım durumu çalıştığım benzer lokasyondaki resort otellerde de benzer şekilde gerçekleşirken, yıl boyu çalışan büyük bir şehir otelinde ise kadın ve erkek oranının dengeli şekilde dağıldığını söyleyebilirim." Çalışanların sezonluk bir otel işletmesindeki dağılımını nasıl değerlendirdiği sorulduğunda, "Çalıştığım sezonluk oteller dahil, genelde daimi kadroda çalışanlar yüzde 20-25 aralığında kalmaktadır." yanıtını vermiştir. Odak grup çalışmasında ikinci ve üçüncü otel işletmesi müdürü anlatılanlara tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir.

Birinci otel yöneticisine çalışanların eğitim dağılımlarını, daha önce çalıştığı yerleri de göz önüne alarak nasıl değerlendirdiği sorulduğunda, şu yanıt alınmıştır: “Çalıştığım sezonluk resort oteller kapsamında, bu dağılımları normal görüyorum. Ancak eğitim dağılımları, çalışanların bitirdikleri okullar bazında ele alınmalı. Okullar Mayıs ayında halen kapanmadığından, eğitim durumu sezon ortasına göre sezon başında biraz farklı oluşmakta. Çalışanların üçte biri ilköğretim düzeyinde eğitim almış durumda. Bardağın bu kısmı değerlendirildiğinde, düşük bir eğitim düzeyine sahibiz. Diğer önemli bir blok ise mezunları ve onlar da toplamın neredeyse yüzde ellisini oluşturuyor. Çalışanların neredeyse yüzde sekseni lise ve altı bir eğitim düzeyine sahip. Üniversite mezunları bir iş yerini seçerken konaklama ve yeme-içme olanaklarını da en az ücret kadar değerlendiriyorlar. Şu an bizim lojmanlarımızda klima yok. Belki bazıları için bu lüks görülebilir ama Marmaris gibi sıcak ve rutubetli bir yerde insani yaşam koşullarını sağlayamazsanız, dört yıllık bir mezunu istihdam etmeniz de güçleşir. Otel sahipleri böyle bir yatırıma kolay, kolay ikna olmuyor. Şu an itibarıyla sadece dört yıllık turizm mezunu çalışan olarak ben dahil iki kişiyiz. Elbette bu istenilen bir durum değil. Turizm kökenli çalışan sayımız, okulların kapanmasına bağlı olarak artacaktır ve eğitim dağılımlarımız olumlu yönde değişecektir. Ancak yine de bizim istediğimiz düzeye gelemeyecektir. Elbette biz de turizm eğitilmiş kişileri çalıştırmak istiyoruz ama özellikle dört yıllık turizm mezunları veya okuyan öğrenciler, bizim gibi beş yıldızlı bir otelde sekiz saat disiplinli bir şekilde çalışmak yerine, çalışma saatlerinin uygunluğundan veya müşteriler ile daha rahat ilişkiler kurabilmesinden dolayı, restoranlarda çalışmayı tercih edebiliyor. İşletmemizde olanaklı olsa ilk olarak turizm kökenli lise mezunlarını, ardından meslek yüksekokul (MYO) ve en son olarak dört yıllık turizm mezunlarını istihdam etmek isterim. Turizm kökenli lise ve MYO mezunları, dört yıllık mezunlara göre daha istekli çalışıyorlar.”

Odak grup çalışmasında ikinci ve üçüncü otel işletmesi müdürü anlatılanlara genel olarak katıldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca her iki otel müdürü “Lokasyona, kurumsallığa ve dolayısıyla

ücret politikalarına bağlı olarak, çalışanların eğitim düzeyi değişkenlik gösterebilmektedir. Örneğin yurtdışı kökenli ... işletmesindeki çalışanların eğitim düzeyleri, muhtemelen farklıdır” diyerek ekleme yapmışlardır.

Çalışanların doğum yeri dağılımlarını önceden çalıştığı yerleri de göz önünde bulundurarak nasıl değerlendirdiği sorulduğunda, şu yanıt alınmıştır: “Marmaris ve özellikle İçmelerin demografik yapısı, diğer çalıştığım yerlerden farklılık gösteriyor. Burada özellikle Kurtalanlılar çok yoğun bir şekilde yaşıyor. Buna bağlı olarak bizim tesisimizde de yoğun bir şekilde çalışıyorlar. Bunun temelinde lokasyonumuzun önemi büyük. Ancak bu sadece lokasyondan kaynaklanmıyor. Otel sahibinin orijini ile çalışanların orijini arasında yakın bir ilişki olduğunu da söyleyebilirim. Bu nedenle özellikle bizde çalışanların belirli bir bölgeden gelmesi durumu söz konusu. Aslında pazar segmentasyonunda nasıl yoğun bir şekilde az sayıda belirli ülkeler ile çalışmak risk oluşturuyorsa, istihdamda da aynı riskler oluşmaktadır. Mümkün olsa bu dağılımların daha sağlıklı olmasını isterim. Bu durum çalıştığım diğer resort otellerinde bu şekilde değildi.”

Odak grup çalışmasında ikinci ve üçüncü otel işletmesi müdürü anlatılanlara genel olarak katıldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca üçüncü otel müdürü “Marmaris’in demografik yapısı, istihdamın yapısına etki etmektedir. Burada otel sahiplerinin, otelcilik dışındaki yatırımları da istihdam etmektedir. Farklı sektörlerde ve farklı bölgelerdeki diğer yatırım ve ilişkilerine bağlı olarak, istihdam edilenlerin kökenleri değişiklik gösterebiliyor. Kanımca siz akademisyenlerin odaklanması gereken bir diğer konu da yatırımcıların profilleri ve diğer sektörlerdeki yatırımları olmalıdır.” olarak, ikinci otel işletmesi müdürü “Kurumsal işletmelerde, çalışanların daha gerçekçi ve sağlıklı bir şekilde seçileceği ve dağılımların daha normal olacağını düşünüyorum” olarak ekleme yapmıştır. Yapılan ek yorumlara üç işletme müdürü de onay vermiştir.

Son olarak eğitim düzeyi ile çalışanların orijinleri arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendirdiği sorulduğunda, şu yanıt alınmıştır: “Eğitim düzeyi ile çalışanların orijinleri arasında doğrudan bir



ilişki olduğunu söyleyebilirim. İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip olan çalışanlarımız genelde Doğu ve Güneydoğu kökenlidir. Fakat bu ilişkiyi belki de sadece bu bölgelerle sınırlı tutmamak gerekir. Ülkemizde eğitime ulaşımın zor olduğu yerlerde, bu durum oluşabilmektedir. Karadeniz'in zorlu ortamlarda da eğitime ulaşma durumu belki benzeridir. Ancak o bölgeden yoğunluklu çalışmamız olmadığı için böyle bir saptama yapamıyorum. Biz çalışanlarımıza işe başlarken orijinine bakmaksızın, oryantasyon kapsamında karşılama, sunum, temizlik-hijyen ile ilgili hizmet-içi eğitimler veriyoruz. Bazı çalışanlarımızın Türkçeyi net olarak algıladığından emin değilim. Bu eğitimlerimizde lise üstü eğitime sahip olanlar anlattıklarımızı iyi bir şekilde anlayıp, uyguluyorlar. Eğitim durumu bunun altında olanlarda ise elde ettiğimiz başarı düşük oluyor. Bununla birlikte belirtmeliyim ki eğitim düzeyi düşük ve orijini belirli bölgelerden gelen çalışanlarımız iyi niyetle, var güçleri ile çalışıyorlar. Öte yandan okuduklarını ve talimatları algılamada bazı zorluklar yaşayabiliyorlar. Örneğin çalışan kendisine verilen siparişi anlayamadığında, yanlış servis yapıp, müşterinin memnuniyetsizliğine neden olabiliyor. Müşterinin çalışana olumsuz tepki vermesi durumunda, çalışanın baskı ve stresten, eli ve ayağı dolaşabiliyor. Buna bağlı olarak hataları artıyor ve daha fazla sorunla karşılaşılıyor. Müşteriler dışında işyerinde de farklı sorunlar çıkabiliyor. Örneğin çalışanlara güvenlik ve diğer süreçler ile ilgili talimatlar vermeme ve anlatmamıza rağmen, bazı çalışanlarımız talimatları tam anlayamamalarından dolayı iş kazalarına maruz kalıyorlar. Talimatların yanlış veya eksik anlaşılması, bazen çalışanların çok ciddi sağlık sorunlarıyla karşılaşmasına ve hatta hayatlarını kaybetmelerine neden olabiliyor. Tabii belirtmem gerekir ki zaman zaman çalışacak kişi bulmakta çok zorlanıyoruz. Neredeyse başvuran herkesi işe aldığımız dahi oluyor. Seçerek daha eğitilmiş ve söylenileni anlayan kişilerle, çalışmak istiyoruz ama elimizdeki olanaklar sınırlı." Odak grup çalışmasında ikinci ve üçüncü otel işletmesi müdürleri anlatılanlara genel olarak katıldıklarını belirtmişlerdir.

Son olarak akademisyenlerin tesiste yaptıkları anketleri nasıl değerlendirdiği sorulduğunda, şu

yanıt alınmıştır: "Akademisyenler zaman zaman sizin gibi çalışanlarımızla veya müşterilerimizle anket çalışması yapmak istiyor. Biz genel olarak bu faaliyetlere destek vermeye çalışıyoruz ama bazen bu çalışmaların anlamsız olduğunu düşünüyorum ve bunu akademisyenlere doğrudan belirtiyorum. İlk defa bir akademisyen olarak siz, çalışma yaptığınız alanla ilgili şüphelerinizi dile getirdiniz ve sorguladınız. Bunu ben ve emin olun birçok yönetici farklı bir açıdan sorguluyoruz. Herhangi bir akademisyen arkadaşımız gelip, bu anketleri yaptırır mısınız diye sorduğunda, kendilerine buyurun siz başında durun ve çalışmanızı yaptırın diyorum. Bu esnada kendilerine tesisimizden rahatça yararlanma olanağı da sunuyorum ama akademisyen arkadaşlarımız, anketi siz yaptırın biz sonuçları sizden alalım diyor. Yani topu bize atıp, kaçıyorlar. Anketi kimin, nasıl yaptığı hiç umurlarında olmuyor. Oysa turizm alanında çalışan akademisyenlere otelde çalışma yapmayı açmamıza rağmen, alanda çalışmıyor ve alanımıza uzak kalıyor. Böyle bir akademisyen grubunun yaptığı çalışmalardan, anlamlı bir şeyler çıkacağını sanmıyorum. Gelelim size: Siz çalışanlar ile ilgili bir çalışmaya başladınız ve dört gün boyunca çalışanlarla beraber olup, alanı da süreci yaşayarak gözlemlediniz. Elde ettiğiniz verilerde çalışanların eğitim durumları ile orijinlerinin dağılımı dikkatinizi çekti. Buradan haklı olarak bu iki durum arasında bir ilişki olup, olmadığını; bu durumun yapılan anketleri etkileyip, etkilemeyeceğini sorguluyorsunuz. Ben çalışanlarımızın önemli bir çoğunluğunun, yapılan anketleri tam olarak anladıklarını düşünmüyorum. Eğitim durumu bazında anketi sanıyorum en iyi ihtimalle çalışanların dörtte biri tam olarak anlayabilir ve bu kesimin yüzde kaç anketi yanıtlar bilemiyorum. Eğitim durumu düşük olan önemli bir kesimin zaten anketleri okumak istemeyeceğini ve yanıtlamayacağını rahatlıkla söyleyebilirim. Bizler hadi hocalara destek verin, şu anketleri doldurmaya çalışın desek, o zaman biri birine sen ne yazdın diye soracak ve muhtemelen arkadaşından kopya çekerek benzer yanıtlar vereceklerdir. Sonrası malum." Odak grup çalışmasında ikinci ve üçüncü otel işletmesi müdürleri anlatılanlara genel olarak katıldıklarını belirtmişlerdir. Ek olarak her iki otel

müdürü “işletmemizde eğitim durumu düşük çalışanlarımız olmakla birlikte, dağılımları bu işletmeden biraz daha farklıdır. Bununla birlikte akademisyenlerin çalışanlarla gerçekleştirdiği anket çalışmalarının, çalışanlarımızın en az yarısı tarafından tam anlaşılacağını düşünmüyorum” demişlerdir.

Yöneticiler ile yapılan görüşme ve odak grup çalışmasına ek olarak, bir çalışan ile görüşme yapılmıştır. Çalıştığı yeri nasıl seçtiği sorulduğunda kadın çalışan “Muğla’nın ... köyündenim ve köyde ailemle yaşıyorum. Köyüm buraya yakın sayılır ve işletmenin servisi var. Buraya rahat gelip, gidiyorum. Ayrıca burada köyümden başka çalışanlar da var.” şeklinde yanıt vermiştir. Çalışanlar genel olarak Muğlalı mı sorusuna “Tesiste bu civarda oturan Muğlalılar var ama Siirt, Mardin, Urfa kökenliler de var. Hatta Marmaris’te yaşayan çok fazla Kurtalanlı var. Bundan dolayı Siirtliler de fazla” yanıtı vermiştir. Daimi veya geçici işçi olmalarına göre işletmenin sadece sezon boyunca açık olmasını iyi veya kötü nasıl değerlendirdiği sorulduğunda “Ben geçiciyim ama burası bu yıl sekiz ay açık kalacak. Bu benim için kötü değil. Çünkü köyde de yapılacak işlerimiz var. Gerçi bir ay kadar boş olduğum bir dönem olacak ama o zaman da dinleneceğim için bence çok iyi” şeklinde yanıt vermiştir. Peki bu diğer geçici olarak çalışanlar için sizce bir sorun yaratır mı sorusuna ise “Geçici işçi olarak çalışan doğu kökenli çok erkek var. Sezon sonunda burası kapanacak ama otel kapansa da tesiste kışın yapılacak inşaat işleri var. İnşaatta çalışmak isteyenlere iş veriyorlar. İsteyenler bu inşaat ve tadilat işlerinde çalışıyor. Lojmanda konaklayıp, yeme-içmeleri de sağlandığından, burada kalmayı tercih edenler oluyor. Onlar da aslında sezonluk değil, yıl boyunca çalışmış oluyor.” olarak cevaplamıştır.

Yapılan çalışmaların sonuçları otelin müdürü ile paylaşılmıştır. Otel müdürü haziran ayının ilk haftası itibarıyla, işletmelerinde çalışan sayısının Mayıs ayına göre yaklaşık olarak yüzde yirmi arttığını ve bazı dağılımların değiştiğini belirtmiştir. Fiili duruma göre kadın çalışan oranının yaklaşık olarak yüzde 29, erkeklerin ise yüzde 71 olduğunu, daimi çalışan oranının yaklaşık olarak yüzde

17, geçici çalışan oranının yüzde 83'lere geldiğini, eğitim dağılımlarının ilköğretim ve altı için yüzde 30, lise için yüzde 50 ve lisans-lisansüstü için yüzde 20 olduğunu belirtmiştir. Bu oranlar Mayıs ayına göre farklılık göstermektedir.

Otel müdürü Bakanlığın sürdürülebilir turizm uygulamalarının üçüncü aşaması gereği çalışanların memnuniyetlerini anket ile ölçmeye başladıklarını, bu çerçevede kendilerinin çalışanları teşvik etmelerine rağmen, yüksek sezona girmeleri ve farklı diğer etmenler dolayısıyla, şu ana kadar ancak 142 anket tamamlandığını belirtmişlerdir. Anketi dolduranların eğitim durumlarına yönelik bulgularının ne olduğunu sorduğumuzda, yapmış olduğumuz çalışmaya yardımcı olabilecek bazı oranları paylaşmışlardır. Bu çerçevede anketi dolduranların yaklaşık olarak yüzde 13’ünün ilköğretim ve altı, yüzde 40’nun lise, yüzde 13’ünün meslek yüksekokulu, yüzde 28’nin yüksekokul-fakülte ve yüzde 4’nün lisansüstü mezunları olduğunu belirtmişlerdir.

## TARTIŞMA

Öncelikle örneklemin nicel yapısını ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmanın, bir beş yıldızlı otel işletmesi olduğu, küme bazlı çalışıldığı ve çalışanlar üzerine odaklandığı göz ardı edilmemelidir. Genelleme yapmak yerine durum tespitinde bulunulması daha gerçekçi olacaktır. Veriler ilgili otel çalışanlarının Mayıs ayı itibarıyla neredeyse tamamını yansıtmaktadır. Pilot çalışmanın yapıldığı işletmedeki cinsiyet dağılımları ilgi çekicidir. Turizm sektörünün temel özelliklerinden biri olan kadın işgücünün yoğun olması durumu, bu işletmede farklı bir şekilde tezahür etmiştir. Bu verilere göre erkek işgücünün (yüzde 73) daha yoğun olma durumu söz konusudur ama ülkemiz genel dağılımlarına göre çok farklı bir durum olmadığı görülmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü’nün verilerine göre, Dünya genelinde turizm sektöründe istihdam edilen erkeklerin oranı yüzde 46 kadınların oranı yüzde 54 olur iken, Türkiye’de erkeklerin oranı yüzde 75 iken kadınların oranı yüzde 25 olarak belirlenmiştir (Ardıç ve Çalışkan 2020). Bu açıdan ülke verileri ile bu işletmenin dağılımlarının dengeli gittiği görülmektedir. Öte yandan konaklama işletme-

sinin lokasyonuna göre kadın çalışan sayısında farklılık olabileceği unutulmamalıdır.

Mayıs ayında çalışanların 83'ü (yüzde 21) daimi statüdeyken, geri kalan 301 kişinin (yüzde 79) geçici statüde olduğu görülmektedir. Sezonluk bir otel işletmesinde çalışanları yaklaşık 1/5'nin daimi, 4/5'nin geçici statüde çalıştığı görülmektedir. 401 çalışan içinde 180 kişi (yüzde 45) lise mezunu, 78 kişi (yüzde 19) lisans ve yüksek lisans mezunu iken, 143 kişi (yüzde 36) ilköğretim ve altında eğitim seviyesine sahiptir. İlköğretim ve altında yer alan eğitim düzeyine sahip çalışanların oranın yaklaşık yüzde 36 olması dikkat çekicidir. Diğer bir ifade ile çalışanların 1/3'ünden biraz fazlasının eğitim durumunun düşük olduğu görülmektedir. Muğla ilinde doğmuş olan çalışanlar 63 kişidir ve bu il ilk sıradadır. İkinci il ise 45 kişi ile Siirt'tir. Onu Mardin, Şanlıurfa ve Batman takip etmektedir. İlk beşte yer alan bu illerin 20'nin üzerinde çalışanın doğduğu il olması ve toplam çalışan sayısının yüzde 45,7'sinin bu illere dağılması çarpıcıdır. Özellikle eğitim durumu düşük çalışan sayısının önemli bir orana sahip olması ve örneklemin orijinin belirli bir bölgede yoğunlaşması, bu iki değişken arasında bir ilişkinin olup olmadığını düşündürmektedir. Bu bulgular araştırmacının örnekleme yapısını incelemeye ve çalışanlar üzerinde yapılacak olan bir anketin, katılımcılar tarafından ne kadar anlaşılacağını sorgulamasına neden olmuştur.

İlgili otel işletmesi müdürü ile diğer iki otel işletmesi müdürlerinin, çalışanlarının demografik yapısına göre yapılacak olan anketi anlama oranlarının düşeceğine dikkat çekmesi, örneklemin aslında evreni temsil edemeyeceğine yönelik bilgiler vermektedir. Ayrıca yöneticilerin kısmen belirttiği anketlerin yüz yüze toplanmaması dahi, evrenin temsiliyetini olumsuz yönde etkileyebilecektir. Alana hakim olunmadan toplanan veriler yanıltıcı olabilir. 2023 yılında toplanan TÜİK ve MEB verileri kitap okuma oranlarının ilkokulda 25, ortaokulda 8, lisede ise sadece 1,01 olduğunu gösterirken, 15 yaş ve üzeri kişilerinin yüzde 69'unun hiç kitap okumadığını ortaya koymaktadır (Birgün 2024). İlköğretimde okutulan zorunlu ders kitapları düşülürse, okuma oranının ülkemizde daha da düşeceği bir gerçektir.

Çalışanların küme örneklemeyle Mayıs ayında neredeyse tamamına yakından çekilen verilerle göre oluşan eğitim dağılımı ile Haziran ayı başında işletmenin kolayda örnekleme bazında bil fiil çektiği çalışan memnuniyeti çalışmasındaki katılımcıların eğitim profilleri arasında önemli bir farklılık bulunmaktadır. İşletmenin gerçekleştirdiği anket, eğitim düzeyi arttıkça, çalışanların daha fazla anket doldurma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifade ile tabakalara göre ilköğretim ve altı eğitimli çalışanların yaklaşık yüzde 36 ile çalışmada temsil edilmesi gerekirken, bu oran yüzde 13'te kalmıştır. Aynı şekilde Haziran ayı verilerine göre lise mezunları çalışmada yüzde 50 oranı yerine yüzde 40 oranında azalarak temsil edilirken, lisans ve lisansüstü mezunları fiilen olması gereken yüzde yüzde 20 oranı yerine, örnekleme içinde artarak yüzde 32 ile temsil edilmişlerdir. Eğitim durumu düşük veya yöresel olarak görece farklı nedenlerle, eşit eğitim şansına sahip olmamış kişilerin, yapılan ankete katılma oranlarında düşüş olabilmektedir. Ayrıca bu kesim kendilerini anketi doldurma zorunluluğunda hissederlerse, yanıltıcı bilgiler toplanabilir. Akademisyenlerin veya araştırmacıların alanın gerçeklerini görmeden ve çalışanların verdikleri yanıtları anlayıp, anlamadıklarını sorgulamadan yaptığı çalışmaların, beyhude olduğu belirtilebilir. Ek olarak, eğitim durumu düşük çalışanların, örnekleme içinde gereğinden az temsil edilmesi de örnekleme yanlılığına ve yanlılığına neden olabilecektir.

Çalışanlar ile iki farklı araştırmacı farklı tarihlerde birbirinden bağımsız benzer çalışmayı yapmaları durumunda, farklı sonuçlar elde edebilirler. Düşük ve yüksek sezon gibi iki farklı tarihte veriler çekildiğinde, çalışanların sayısı, yapısı ve dağılımı, yöneticilerin de belirttiği üzere değişkenlik gösterebilecektir. Buna bağlı olarak örnekleme yapısı değişeceğinden, elde edilen bulgu ve sonuçların değişkenlik göstermesi durumu olasıdır. Bu nedenle kesitsel çalışmalarda verinin toplandığı tarihe yönelik belirlemelerin tam olarak yapılmaması durumunda, araştırma sonuçları yanıltıcı olabilecektir. Çalışmanın kısıtlarında örneklemin nasıl oluştuğu kadar, verinin toplandığı tarih aralığı ve dönem ile ilgili saptamalar yapılmasında yarar bulunmaktadır.

Örneğin *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin 2023 yılı birinci sayısında örnekleme dayalı nicel araştırma sayısı üç olup, bunlardan birincisi olan "Açık alan rekreasyon faaliyetleriyle ilgili zoonoz riski algısı" (Toker ve Aksakal 2023) adlı çalışmanın evren ve örneklem bölümünde, genel olarak örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, katılımcıların yaşı, yapılan yer ve tarih bilgisi, veriler kısmında tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Çalışmanın kısıtlarında ise örneklem ile ilgili bir bilgiye rastlanılmamıştır. İkinci çalışma olan "Futbolda taraftar özdeşleşme düzeyinin destinasyon imajı ve destinasyon aidiyetine etkisi" (Özdemir ve Altunöz 2023) adlı çalışmanın evren ve örneklem bölümünde, örneklem yöntemi olarak kolayda örneklemin uygulandığı, örneklem büyüklüğü ve yer bilgisi ile veriler kısmında tanımlayıcı istatistikler paylaşılmıştır. Çalışmanın kısıtlarında ise sadece farklı örneklemelerde uygulama yapılması önerilmiştir. Üçüncü makale olarak "Yamaç Paraşütü Yapan Yerli ve Yabancı Turistlerin Destinasyon Memnuniyetleri: Bir AEPA Uygulaması" (Davras 2023) adlı çalışmanın yöntem bölümünde, örneklem yöntemi olarak kolayda örneklemin uygulandığı, örneklem büyüklüğü, yapılan yer ve tarih bilgisi, veriler kısmında da tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Çalışmanın kısıtlarında ise sadece kolayda örneklem ile veri toplandığına dikkat çekilmiştir. Bununla birlikte, son iki çalışmada yazarların örnekleme yönelik sınırlılıkları belirlemesi, olumlu bir adımdır. Ayrıca ele alınan üç makalenin dikkate değer ve keyifle okunan çalışmalar olduğu da belirtilmelidir. İlginç bir şekilde 2023 yılı, Cilt 34, 2. sayısında birincil verilerin analizine dayalı bir nicel araştırma yer almamaktadır.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisinin 2023 yılının ilk sayısında yer alan üç nicel makalenin kısıtları kısmı ayrıca incelenmiştir. Birinci çalışmanın (Açık Alan Rekreasyon Faaliyetleriyle İlgili Zoonoz Riski Algısı) kısıtlarında örneklem ile ilgili bir bilgi yoktur. İkinci çalışmada (Futbolda Taraftar Özdeşleşme Düzeyinin Destinasyon İmajı ve Destinasyon Aidiyetine Etkisi) ise "sonuçların genellenebilmesi için araştırmacılara farklı örneklemeler ile konuyu tekrar ele almaları önerilmektedir" ifadesi yer almaktadır. Aslında bu belirleme eksik olarak değerlendirilebilir. Bu

rada belirtilen evreni temsil eden farklı kümelelerin oluşturduğu örneklemlerle çalışılması mıdır, yoksa kolayda örneklemden farklı bir örneklem yönteminin çalışmalarda uygulanması mıdır ya da her ikisi midir, anlaşılamamaktadır. Ayrıca genelleme yapılabilmesi için bu tip kesitsel çalışmalardan ziyade, boylamsal çalışmalara veya kesitsel araştırmalarda büyük örneklemlere gerek bulunmaktadır. Üçüncü çalışmada (Yamaç Paraşütü Yapan Yerli ve Yabancı Turistlerin Destinasyon Memnuniyetleri: Bir AEPA Uygulaması) ise "Diğer taraftan verilerin kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmış olması, sonuçların değerlendirilmesi aşamasında göz önünde bulundurulmalıdır" ifadesi yer almaktadır. Benzer şekilde buradaki belirleme kullanılan yöntemde dikkat çekmekte, kolayda örneklemin dezavantajını veya kısıtını açıklamamaktadır.

Son iki çalışmada kolayda örneklem ile veri toplanmıştır. Diğer bir ifade ile kolay olduğu için bu örneklem yöntemi seçilmiştir ve bu olasılığa dayalı (tesadüfi, rastsal, seçkisiz) olmayan bir yöntemdir. Kolayda örneklemin tercih edildiği araştırmalar genel olarak keşifsel araştırmalardır. Örneğin bir ölçme aracı geliştirilecekse, kolayda örneklem ile hızlı ve etkin bir şekilde veri toplanabilir. Ancak ölçme aracı geliştirildikten sonra, ardından yapılacak çıkarımsal analizlere dayanan araştırmalar için olasılığa dayalı (tesadüfi, rastsal, seçkisiz) örneklem yöntemleri ile veri toplanması daha sağlıklı ve gerçekçidir. Kolayda örneklem yöntemi ile toplanan verilerden elde edilen bulguların genellenebilirliği düşüktür. Çünkü evreni temsil etme yeteneği zayıftır. Diğer bir ifade ile içsel geçerliği yüksek ama dışsal geçerliği düşüktür. Kolayda örneklem; ölçme araçları geliştirilirken, pilot çalışmalar yapılırken, bir olguyu (fenomen) anlamaya veya bir bakış açısı elde etmeye çabalarken tercih edilebilecek bir yöntem olabilir. Amacı dışında kullanılması halinde, yapılan araştırmaların pek de değeri ve anlamlılığı olmayacaktır.

Evren, örneklem, betimleyici istatistikler, geçerlik, güvenilirlik ve çıkarımsal istatistikler arasındaki ilişkiyi somutlaştırmak adına Sözbilir'in (2010) "Evren > Örneklem > Betimsel İstatistik > Kestirimsel İstatistik" belirlemesi güzel bir örnek



teşkil etmektedir. Neden sonuç ilişkilerinin sağlıklı kurulabilmesinde, boylamsal çalışmaların rolü büyüktür. Engellilerle yapılan boylamsal bir çalışma, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine bağlı olarak telefon veya internet üzerinden yapılan aynı anketin sonuçlarının farklılık gösterdiğini diğer bir ifade ile örneklem yanlılığına neden olduğunu göstermiştir. Anketin uygulanış şeklinin sosyo demografik özellikler dikkate alınmadan yapılmasının, yanlış sonuçlar üretebileceğinin, üç yıllık bir boylamsal çalışma ile neden sonuç ilişkisini net bir şekilde ortaya koyması bakımından, bu çalışma ayrı bir önem arz etmektedir (Chen, 2021).

*The Chicago Daily Tribune* gazetesi 1948 ABD seçimlerini Cumhuriyetçilerin kazanacağını öngörürken, sonuçların ters çıkmasının en önemli nedeni örneklem içinde Cumhuriyetçilerin aşırı temsili olmuştur (Norris, 2018). Oysaki çalışmayı yapanlar aslında örneklemin tanımlayıcı istatistiklerini tabakalara göre inceleyebilmiş olsalardı, tanımlayıcı istatistiklerde özellikle çubuk (bar) grafiklerde Cumhuriyetçiler lehine bir yaslanma olduğunu saptayabilirlerdi. Bireylerin ekonomik durumuna ve destekledikleri partilere göre eşitsiz telefon dağılımından hareketle, veri toplama yöntemlerini çeşitlendirebilir ve daha sağlıklı bir örneklem ile doğru tahminleme yapabilirlerdi. Bu örnekten hareketle özellikle otel işletmelerinde araştırmacıların yüz yüze yürütmedikleri çalışmalarda, ortamın gerçeklerini yakalayamama sorunu bulunmaktadır. Buna bağlı olarak örneklemin evreni temsil etmemesi ve yanlış sonuçlara ulaşılması olası olmaktadır.

## SONUÇ

Genç araştırmacıların hata yapmaları doğaldır. Ancak bilerek hata yapmaları, onların iyi birer araştırmacı olmalarını engelleyebilir. Araştırmayı yapan yazarın döneminde araştırma yöntemleri ile ilgili yayın, belge ve bunları bilen öğretim üyesi sınırlı iken şu an lebi derya durumdadır. Bu nedenle bilmiyordum gibi bahaneler üretmek mümkün değildir. Ulusal ve uluslararası alanda yayınlanmış iyi araştırma makaleleri belirlenerek, yöntem ve özellikle örneklem açısından analiz edilmesi, araştırmacılara yol gösterici olacaktır.

Örneklem ile ilgili yapılan hatalarda katılımcıların eğitim düzeyi, önyargısı veya yanlılığı, psikolojik durumu, orijini, stres-kaygı ve sağlık durumunun önemi olduğu gibi, ülkemizde turizm sektörünün kendine has yapısının da etkisi bulunmaktadır. Bu kapsamda sektörün emek yoğun olması ve zamansal yoğunlaşması (düşük-yüksek sezon), emek piyasasının otellerin bulunduğu yörelere göre değişkenlik göstermesi, kalifiye elemana ulaşamaması ve turizm yörelerindeki demografik yapının aglomerasyona bağlı olarak değişmesi, araştırmacının örneklem yapısını olumsuz yönde değiştirebilmektedir.

Ölçme araçlarından ve araştırmacıdan kaynaklanan hatalarda araştırmacının örnekleme özen göstermemesi, araştırmayı yapanların çalıştığı turizm alanına hem teorik hem de pratik açıdan hakim olmaması, veri toplama sürecine gereken önemi vermemesi, dikkatsiz davranması, yüz yüze yerine anketi farklı yöntemlerle uygulaması ve ölçme yöntemlerini çeşitlendirmemesi, yanlış sonuçlara ulaşılmasına neden olmaktadır. Ortamdan kaynaklanan hatalarda ise turistik tesisin yapısına bağlı olarak sıcak, soğuk, nem, gürültü, karanlık veya çok aydınlık ortamlar gibi sağlıklı olmayan ortamlarda çalışmaların yapılması, araştırma sonuçlarına etki edebilmektedir. Bu durumların herhangi biri dahi örneklem yanlılığı ve yanlılığı olasılığını artırırken, birden fazlasının bir araya gelmesi, araştırmacının sonuçlarına olumsuz etki etmektedir. Yukarıda ele alınan örneklem hata kaynaklarının bertaraf edilmesine yönelik olarak, araştırmalarda örneklem ile daha detaylı bilgilerin kanıtları (örneklem profili açıklanarak) ve kısıtlarıyla (öz eleştiri yapılarak) birlikte verilmesi gerekmektedir.

Kolayda örneklem ile gerçekleştirilen bir ölçek geliştirme çalışmasının (içsel) geçerliği ile sonrasında aynı ölçeğin tabakalı örneklem ile sahada gerçekleştirilen çıkarımsal uygulamasının (dışsal) geçerliği farklı sonuçlar üretebilmektedir. Bu nedenle örneklem yöntemi seçimine özen gösterilmelidir. Tabakalı küme örnekleme ile toplanan bir veri setinde dahi, örneklem dağılımına dikkat edilmez ise yanlış sonuçlara ulaşılabilir. Yapılacak olan çalışmanın evreni ve örnekleme arasındaki ilişki, odaklanılan alanın temel yapısı gözardı edilirse, kopabilecek ve örneklemin ev-

reni temsil özelliği kaybolabilecektir. Örneklem yanlılığından korunabilmek için olasılığa dayalı örneklemin tercih edilmesi, örneklem büyüklüğünün iyi hesaplanması ve mümkünse hesaplanan minimum değer üzerinde örneklerle çalışılması, kolayca kaçılarak (sadece gönüllüler gibi) temsil yeteneğinin farklılaştırılması ve taraflı seçimlerden kaçınılması gerekmektedir.

Bu çalışmanın birinci kısmı kesitsel şekilde çekilmiş verilerin tanımlayıcı istatistiklerinin değerlendirilmesi üzerinedir. İkinci kısımdaki görüşme, odak grup çalışmaları ve makale değerlendirmeleri ise nitel değerlendirmelere dayandığı için bu çalışmada neden-sonuç ilişkisi kurmak veya bir genellemeye gitmek olanaksızdır. Ayrıca araştırmacının örneklem ile ilgili olarak doçentlik dosyalarındaki kişisel ve öznel saptamaları, nedensellik ile uyumlu değildir. Ek olarak, araştırmacının saptamalarını çalışanlar ile yapacak bir araştırma kurgusu için yaptığı unutulmamalıdır. Öte yandan *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin son iki sayısında yer alan makalelerdeki örneklem ve katılımcı profili tamamen farklıdır. Bu makalelerin güncel olması ve sadece birincil veriye dayalı çalışmalar olduğu için seçildikleri hatırlatılmalıdır. Bu nedenle aslında dergide çalışanlara yönelik yapılmış nitel makalelerin incelenmesi ve değerlendirilmesi, daha yerinde olacaktır. Veri ve bulgu toplama aşamalarının 2024 yılının Mayıs ayında ve düşük sezonda yapılması, örneklem yanlılığına neden olabilir. Böyle bir saptamanın ve pekiştirmenin yapılabilmesi için farklı destinasyonlardaki, farklı tip ve büyüklüklerdeki konaklama tesislerinde, farklı sezonlarda araştırmaların yapılması uygun olacaktır. Ek olarak, sonraki çalışmalarda alanımızda SSCI, SCI, SCI Expanded'te yer alan birincil veriye dayanan makalelere odaklanılması ve iyi bir taramanın yapılması, örneklem yanlılığı ile ilgili daha geçerli tespitler yapılmasına yardımcı olacaktır.

## KAYNAKÇA

Ardıç Y. ve Çalışkan, N. (2020). Turizm Sektöründe Kadın İştihtamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (3); 105-119.

- Althubaiti A. (2016). Information Bias in Health Research: Definition, Pitfalls, and Adjustment Methods, *J Multidiscip Healthc*, (4) 9: 211-7, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4862344/>, Erişim tarihi: 21.06.2024.
- Birgün (2024). Türkiye'de Kitap Okunmuyor, Basılıyor: ISBN Tahsis Edilen Kitap Sayısında Artış, <https://www.birgun.net/haber/turkiyede-kitap-okunmuyor-basiliyor-isbn-tahsis-edilen-kitap-sayisinda-artis-505722>, Erişim tarihi: 03.07.2024.
- Chen S. W., Keglovits M., Devine M. ve Stark S. (2021). Sociodemographic Differences in Respondent Preferences for Survey Formats: Sampling Bias and Potential Threats to External Validity, *Arch Rehabil Res Clin Transl*, 4 (1): 100175, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8904875/>, Erişim tarihi: 21.06.2024.
- Davras, Ö. (2023). Yamaç Paraşütü Yapan Yerli ve Yabancı Turistlerin Destinasyon Memnuniyetleri: Bir AEPA Uygulaması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34 (1): 83-95.
- Jager K. J., Tripepi G., Chesnaye N. C., Dekker F. W., Zoccali C. ve Stel V. S. (2020). Where to Look for the Most Frequent Biases? *Nephrology (Carlton)*, 25 (6): 4 35-441, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7318122/>, Erişim tarihi: 21.06.2024.
- Guba, E. G. (1981). Criteria for Assessing the Trustworthiness of Naturalistic Inquiries, *Educational Communication and Technology: A Journal of Theory, Research, and Development*, 29 (2): 75- 91.
- Houser J. (2015). *Nursing Research: Reading, Using, and Crating Evidence*. (Üçüncü Baskı). Sudbury: Jones & Bartlett Learning.
- Liamputtong, P. (2013). *Qualitative Research Methods* (Dördüncü Baskı). South Melbourne: Oxford University Press.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Neuman, L. W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches* (Yedinci Baskı). Essex: Pearson Education Limited.
- Norris, S. (2018). Dewey Defeats Truman: How Sampling Bias can Ruin Your Model, <https://opendatascience.com/dewey-defeats-truman-how-sampling-bias-can-ruin-your-model/>, Erişim tarihi: 21.06.2024.
- Özdemir, M. ve Altunöz, Ö. (2023). Futbolda Taraftar Özdeşleşme Düzeyinin Destinasyon İmajı ve Destinasyon Aidiyetine Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34 (1): 47-59.
- R Core Team (2023). R: A Language and Environment for Statistical computing. (Version 4.3) [Bilgisayar Programı], <https://cran.r-project.org>. (R packages retrieved from CRAN snapshot 2024-01-09).
- Schutt, R. K. (2014). Sampling. İçinde; R. M. Grinnell, Jr. ve Y. Unrau (Editörler), *Social Work Research and Evaluation: Foundations of Evidence-based Practice* (ss. 291-312). (10. Baskı). New York, NY: Oxford University Press.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research Projects, *Education for Information*, 22: 63-75.

Sözbilir, M. (2010). Veri Analizi Ders Notları, <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/yusuf.sisman/128524/6.Not.pdf>, Erişim tarihi: 21.06.2024.

Şener, S. , Bahçeci, V. , Doğru, H. , Sel, Z. G. , Ertaş, M. , Songür, S. ve Tütüncü, Ö. (2017). Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (1): 7-26.

Toker, F. ve Aksakal, F. N. B. (2023). Açık Alan Rekreasyon Faaliyetleriyle İlgili Zoonoz Riski Algısı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34 (1): 7-20.

The Jamovi Project (2024). Jamovi. (Version 2.5) [Bilgisayar Programı], <https://www.jamovi.org>.

Özkan Tütüncü, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Necat Hekkon Spor Bilimleri Fakültesi, Rekreasyon Bölümü, 35330, Seferihisar, İzmir.

E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2482-0893



#### Özkan TÜTÜNCÜ

Çukurova Üniversitesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1988). Yüksek lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği dalından (1994), bütünleşik doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği dalından aldı (1998). Dokuz Eylül Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1992). Türkiye Bilimler Akademisi'nden kazandığı burs ile Michigan State University, The School of Hospitality Business'te bütünleşik doktorasını tamamladı. Virginia Tech and State, University of Wisconsin, State University of New York ve Georgia State University'de doktora sonrası çalışmalar yaptı. Doçentlik unvanını yönetim-organizasyon alanında aldı (2003). Profesörlüğe Dokuz Eylül Üniversitesi'nde yükseltildi (2010). Halen Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Rekreasyon Bölümü'nde görev yapmakta ve turizm işletmeciliği lisansüstü programlarında araştırma yöntemleri ve çok değişkenli veri analizleri derslerini vermektedir. Ağırlama alanında iş ve yaşam kalitesi üzerine çalışmaları bulunmaktadır.



## Belgelerle Türk Turizm Tarihi / Turizm Tarihi Araştırmalarında Kaynak Olarak Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti Seyrüsefer Kalemi Evrakı

*Turkish Tourism History with Documents / The Documents of "The Navigation Department (Seyrüsefer Kalemi)" of "The General Directorate of Security (Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti)" as a Source in Tourism History Research Documents*

Ümit Baki ERDEM

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
Danimendliler Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi

### Anahtar sözcükler:

Osmanlı Arşivi, Seyrüsefer  
Müdüriyeti, Turizm tarihi, Seyahat,  
Belge.

### Key words:

Ottoman Archives, Navigation  
Directorate, Tourism history, Travel,  
Document.

### ÖZ

Osmanlı Arşivleri tarih araştırmacıları için önemli kurumların başında gelmektedir. Bu önemini asırlarca Ortadoğu coğrafyasına hükmetmiş olan Osmanlı Devleti'nin ürettiği evrakları bünyesinde bulundurmasından alır. 95 milyon belge ve 400 bini aşkın defteri depolarında barındıran arşiv, turizm tarihi araştırmacıları için de birinci elden kaynak değeri taşımaktadır. Bu kaynaklardan birisi de Dâhiliye Nezaretine bağlı Emniyet-i Umumiye Müdürlüğü Seyrüsefer Kalemi evrakıdır. 1913 yılında çıkarılan bir nizamname ile Dâhiliye Nezareti'ne bağlanan Emniyet-i Umumiye Müdürlüğü bünyesindeki teşkilata ilaveten 1915 yılında Seyrüsefer Müdürlüğü adı altında bir alt birim kurulmuştur. Bu kurumun görevi Osmanlı Devleti'nde yurda giriş ve çıkışların denetlenmesi ile yurt içindeki seyahatlerin kontrolünün sağlanmasıdır. Bu çalışmada kurum bünyesinde 1915-1921 yılları arasında üretilen evraklar ve evrakların turizm tarihi açısından değeri tanıtılmaya çalışılmıştır.

### ABSTRACT

The Ottoman Archives are one of the most important institutions for history researchers. It derives this importance from the fact that it contains the documents produced by the Ottoman Empire, which ruled the Middle East for centuries. Containing 95 million documents and more than 400 thousand ledgers, the archive is also a first-hand source for tourism history researchers. One of these sources is the documents of "The Navigation Department (Seyrüsefer Kalemi)" of "The General Directorate of Security (Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti)" under "The Ministry of Interior (Dahiliye Nezareti)" during the Ottoman period. In 1915, in addition to the organization within The General Directorate of Security, which was affiliated to the Ministry of Interior with a regulation issued in 1913, a sub-unit under the name of "The Navigation Directorate" was established in 1915. The mission of this institution was to ensure the control of entry and exit to and from the country and the control of domestic travel in the Ottoman Empire. In this study, the documents produced between 1915 and 1921 within the institution and their value in terms of tourism history will be introduced.

## GİRİŞ

Başkanlık Osmanlı Arşivi'nde 1317 ve 1318 numaralı katalogda bulunan Dahiliye Nezâreti Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti Seyrüsefer Kalemi dosya envanteri 1333-1340/1915-1921 yılları arasında ait evrakları kapsamaktadır. Bu vesikalar içerisinde seyahat varakası talepleri, yurt içinde ve yurt dışında seyahat edecek yolcuların listeleri, seyahat eden yabancılarla ilgili bilgiler, bunların sayıları, tabiiyetleri, kimlikleri gibi bilgiler vardır. Bunların yanında Balkan treni ile gidip gelenlerin listeleri; yolcular hakkında muameleleri gösteren pasaportlarda bulunanlara benzer standart talimatnâmeler, bazı özel kişilere seyahatleri esna-

sında kolaylık sağlanması için verilen emirler, pasaport vize işlemleri, tren veya vapurla gelip giden yolcuların denetimi, emniyet müfettişliklerinde ve istilâat memurluklarında görevli polisler ile ilgili işlemlere ait bilgileri de bulmak mümkündür (Rehber 2010).

## EMNİYET-İ UMUMİYE MÜDÜRİYETİ SEYRÜSEFER KALEMİ EVRAKI

Osmanlı Devleti'nde 1908 yılına kadar iç güvenlik teşkilatını temsil eden Zaptiye Nezareti kaldırılmış yerine ertesi yıl 22 Temmuz 1909 tarihinde Dâhiliye Nezareti bünyesinde Emniyet-i Umumiye Müdürlüğü kurulmuştu. 9 Aralık 1913 tari-



hinde çıkarılan nizamname ile Emniyet-i Umumiye Müdürlüğü Dâhiliye Nezareti bünyesinde teşkilatlanmıştı (İlter 2005). Cumhuriyet Dönemi Polis Teşkilatı'nın çekirdeğini temsil eden bu teşkilatlanma içerisinde artan ihtiyaçlar ve I. Dünya Harbi'nin getirdiği hassas durumdan ötürü olsa gerek 1915 yılında üç müdürlük daha kurulmuştur: Ecanip, Tatbikat-ı Adliye ve Seyrüsefer Müdüriyetleri (Gün 2012).

Osmanlı Arşivi kataloglarında DH. EUM. SSM kısaltılmış koduyla dosya usulü tasnif ile yer alan müdüriyet evrakı toplam 68 dosyadan oluşmaktadır. Bu 68 dosya içerisindeki evraklar online olarak uzaktan erişime açık durumdadır. İlk dosyadaki evrak 27 Cemâziyelevvel 1333/ 12 Nisan 1915, son dosyadaki en son tasniflenen evrak ise 1341/1923 tarihlidir.

Bu evraklar içerisinde bazı örnekler şunlardır: Dersaadet'e vapurla gelmek isteyen yolcuların isimlerini, tabiiyetlerini ve ikâmetgâhlarını gösterir bir cetvel (BOA.DH. EUM.SSM. Nr. 1/5); Balkan Treni ile yolculuk yapacak kişilerin uyması gere-

ken kuralları içeren 19 maddelik bir talimatname (BOA. DH. EUM. SSM. Nr. 11/38); Balkan Treni ile 1334/1918 yılı Şubat ayında yurda giriş yapan yolcuların isimlerini gösterir cetvel (BOA. DH. EUM. SSM. Nr. 18/14); 1331/1915 senesi 19 Nisan günü Galata yolcu salonuna vapurla gelen yolcuların listesi ( BOA, DH. EUM. SMM. Nr. 1/25); Amerika konsolosları ile maiyet memurlarından on sekiz yaşın altında, kırk beş yaşın üzerinde olanlar ile Amerikan vatandaşı olan bütün kadınların memleketlerine dönmelerine izin verildiğine dair belge (BOA. DH. EUM SSM. Nr. 10/87).

Turizm tarihi bakımından önemi açık olan bu büro evrakı incelendiğinde tarihin diğer çalışma alanlarını ilgilendiren fazlaca sayıda belgeyi içerdiği de görülür. I. Dünya Savaşı'nın devam ettiği yıllarda faal olan bu kalem evrakında savaşın izlerini takip etmek de mümkündür. Askerî tarih araştırmaları yanında siyasi tarih araştırmalarını da ilgilendiren bu evraklara birkaç örnek vermek gerekir. Osmanlı vatandaşı iken esir sıfatıyla Rusya'da bulunmuş ve memleketlerine dönmek üzere yola çıkmış olan

Tablo 1. BOA.DH. EUM.SSM.Nr.1/6 Çeviriyazı

<i>İkamet Edeceği Mahal</i>	<i>Mevrudu (Geldiği Yer)</i>	<i>Memleketi</i>	<i>Sanatı</i>	<i>Sini (Yaşı-Doğum Yılı)</i>	<i>İsmi</i>	<i>Tabiyeti</i>
Beyoğlu'nda Kalyoncu kolluğunda eski yokuşta hanesine	Dedeagaç	Atina	Postacı	30	Antuan Nikopopolos	Yunan
Yeniçarşı'da Çikor Buşande hanesine	Dedeagaç	Asitane	Komisyoncu	20	Uze Nikos	İtalya
Pera Palas Oteli madamesi altı çocuğu ile	Selanik	Asitane	Tüccar	1878	Karl Osfar Wats	Alman
Zühdü Bey hanesine	Dedeagaç	İzmir	Memur	29	Ahmet Midhat bin Ali	Osmanlı
Pera Palas Oteli'ne	Berlin	Pirlipe	Mühendis	1882	Horman Nike	Alman
Şişhane Karakolu'nda Klirson hanesine	Berlin	Çanakkale		1890	Ester Rozelkal	Alman
Şişhane Karakolu'nda Klirson hanesine	Berlin	Çanakkale		1899	Sol Treves	Osmanlı
Pera Palas Oteli'ne	Berlin	Berlin	Tüccar	1892	Haristas	Alman
Galata'da Anadolu Oteli'ne	Burgaz	Burgaz	Tüccar	54	Hristo Canfozof	Bulgar
Beyoğlu'nda Altın Bakka'da hanesine	Dedeagaç		Rüsumat Memuru	64	Buranit Manos	Osmanlı

Yazı No	İsim	Sıra	Yaş	Profesyon	Yer	Notlar
1	Abdullah	1	40	İzmirli	İstanbul	
2	Ali	2	35	İstanbul	İstanbul	
3	Hasan	3	45	İstanbul	İstanbul	
4	Mehmet	4	30	İstanbul	İstanbul	
5	Yusuf	5	40	İstanbul	İstanbul	
6	Ali	6	35	İstanbul	İstanbul	
7	Hasan	7	45	İstanbul	İstanbul	
8	Mehmet	8	30	İstanbul	İstanbul	
9	Yusuf	9	40	İstanbul	İstanbul	
10	Ali	10	35	İstanbul	İstanbul	
11	Hasan	11	45	İstanbul	İstanbul	
12	Mehmet	12	30	İstanbul	İstanbul	
13	Yusuf	13	40	İstanbul	İstanbul	
14	Ali	14	35	İstanbul	İstanbul	
15	Hasan	15	45	İstanbul	İstanbul	
16	Mehmet	16	30	İstanbul	İstanbul	
17	Yusuf	17	40	İstanbul	İstanbul	
18	Ali	18	35	İstanbul	İstanbul	
19	Hasan	19	45	İstanbul	İstanbul	
20	Mehmet	20	30	İstanbul	İstanbul	
21	Yusuf	21	40	İstanbul	İstanbul	
22	Ali	22	35	İstanbul	İstanbul	
23	Hasan	23	45	İstanbul	İstanbul	
24	Mehmet	24	30	İstanbul	İstanbul	
25	Yusuf	25	40	İstanbul	İstanbul	
26	Ali	26	35	İstanbul	İstanbul	
27	Hasan	27	45	İstanbul	İstanbul	
28	Mehmet	28	30	İstanbul	İstanbul	
29	Yusuf	29	40	İstanbul	İstanbul	
30	Ali	30	35	İstanbul	İstanbul	

Belge (BOA. DH. EUM. SSM. Nr. 1/6)

Yirmi otuz kişinin hudutta bulunan Pavli<sup>1</sup> köyünde sefil ve perişan hâlde buldukları ve bazılarının açlıktan öldükleri kayıt altına alınmıştır. 19 Ağustos 1918 tarihli bir vesikada esirlerin memleketine girişlerine izin verilmesi için Sofya Sefareti'ne yazı yazılmıştır. (BOA, DH. EUM. SSM. Nr. 27-45). Türk basın tarihinin önemli isimlerinden Tanin Gazetesi muhabiri Uşâkîzade Ali Ekrem Bey'e Çanakale Savaşları için cepheye gitmesine ruhsat verilmesine dair belge bir başka örnektir (BOA. DH. EUM. SSM. Nr. 1/27).

Bu müdüriyetin ürettiği evraklarla ilgili örnekleri çoğaltmak mümkündür. Bizim alanımız açısından önemi olan bu müdürlük evrakından bir belge görüntüsü ve onun günümüz alfabesine çevirisi aşağıda verilmiştir. Müdürlüğün Osmanlı sınırları içerisine gidiş-gelişleri denetlediği ve bunlara dair muameleleri kayıt altına aldığı daha önce belirtmiştik. Bu belgede 1915 yılı Nisan ayının başlarında posta treni ile Sirkeci'ye inen yolculara ait bilgileri ihtiva etmektedir (BOA. DH. EUM. SSM. Nr. 1/6).

<sup>1</sup> Bugün Kırklareli iline bağlı Pehlivan köyü ilçesi

Çevriyazısı tabloda verilen bu belgeye bakıldığında Sirkeci Tren İstasyonu'na gelen yolcuların ayrıntılı olarak kimlik kontrollerinin yapıldığı anlaşılmaktadır. Belgede yolcuların İstanbul'a ulaştığında ikamet edecekleri yerlerin, yaşlarının, mesleklerinin ve milliyetlerinin kayda geçirildiği görülmektedir. Tek başına paylaşılan bu belgeden bile dönemle ilgili birçok çıkarım yapılabilir. Belgenin yazıldığı dönemde faal olan meslekler, seyahat edenlerin yaşları, yol güzergâhları, o dönem kullanılan tren istasyonları gibi bilgiler önemli olabilir.

## SONUÇ

Osmanlı Arşivleri içerisinde bulunan Seyrüsefer Müdüriyeti evrakı tarih araştırmacıları için zengin bilgiler sunmaktadır. Toplam 68 dosya içerisinde yer alan bu kalem evrakı turizm tarihi araştırmaları için ise özel bir öneme sahiptir. Müdüriyetin ürettiği bu evrak çeşidi diğer bürolarla olan yazışmalar düşünüldüğünde daha fazladır ve daha ayrıntılıdır. Bu fon içerisindeki evrak I. Dünya Savaşı sırasında ya da savaşın hemen ardından mütareke yıllarında bir şekilde Osmanlı topraklarına yolu düşmüş davetli-davetsiz misafirlerin izlerini sürme fırsatı vermesi bakımından oldukça önemlidir. Bu misafirlerin izleri sürülürken yol güzergâhları, limanlar, trenler, tren istasyonları, diğer yolculuk araçları, gelen misafirlerin konakladığı mekânlar ve kaldıkları otellerin bilgilerine de ulaşılmaktadır. Evraka bu perspektiften bakan bir araştırmacının önünde daha önce ayrıntıları ile çalışılmamış bir ham evrak yığını durmaktadır. Bu ham kaynak grubu ile beraber ikincil ve üçüncül kaynaklarla desteklenen bir çalışma sayesinde son dönem Türk Turizm tarihinin gri alanlarını netleştirmek mümkün olabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Başkanlık Osmanlı Arşivi, Dâhiliye Nezareti Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti Seyrüsefer Kalemi (BOA, DH. EUM. SSM), nr. 1/5; 1/6; 1/25; 1/27; 10/87;11/38.
- Gün, T. (2012). Emniyet-İ Umûmiye Müdürlüğünün Kuruluşu ve Gelişimi (1909-1918). (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Şanlıurfa: T.C. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı.

#### Turizm Tarihi İncelemeleri

İlter, H. A. (2005). Türk Emniyet Teşkilatı (1945-1955). (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Samsun: T.C. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı.

Başbakanlık Osmanlı Arşiv Rehberi, T.C. Başbakanlık Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayın Nu: 108, Yıl 2010, s. 374.

Ümit Baki ERDEM, Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Danışmendliler Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi, 60250, Tokat.

E-posta: [umit.erdem@gop.edu.tr](mailto:umit.erdem@gop.edu.tr)

ORCID: 0000-0003-0439-1988



Ümit Baki ERDEM

Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Tarih Öğretmenliği Bölümü'nden mezun oldu (2009). Yüksek lisansını aynı üniversitenin Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Yeniçağ Tarihi Bilim Dalı'nda yaptı (2017). Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü'ndeki uzmanlık görevine başladı (2010). Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü'ndeki uzmanlık görevinden ayrıldıktan sonra Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde Danışmendliler Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezinde Öğretim Görevlisi olarak işe başladı (2022). Hâlen Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yeniçağ Tarihi Bilim Dalı'nda doktora eğitimine devam etmektedir.

## Başlangıçtan Günümüze Türklerde Seyahat / Selçuklular Döneminde Anadolu'ya Gelen Dervişler ve Seyahatleri-Malazgirt Zaferinden Sonra Gelenler-II

*Travelling in Turks from the Beginning to the Present / Dervishes Who Came to Anatolia During the Seljuk Period and Their Travels-Those Who Came After the Manzikert Victory-II*

**İsmail TURAN**

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
Fen- Edebiyat Fakültesi

### Anahtar sözcükler:

*Seyahat, Anadolu, Türkiye Selçuklu Devleti, Derviş.*

### Key words:

*Travelling, Anatolia, Turkish Seljuk State, Dervish.*

### ÖZ

Anadolu, Malazgirt Zaferi sonrasında Türk-İslam fetihleriyle Türk-İslam yurdu hâline gelmiştir. Büyük Selçuklu Devleti hanedanına mensup kişilerin kurduğu Türkiye Selçuklu Devleti zamanında ise Türk-İslam dünyası için Anadolu şehirleri birer ilim, kültür ve medeniyet merkezi olmuştur. Özellikle Türkiye Selçuklu Devleti hükümdarlarının âlimleri, dervişleri, sanatkârları koruyup kollamaları ve onlara çeşitli imkânlar tanımaları dönemin önemli simalarının Anadolu'ya gelip yerleşmelerinde etkili olmuştur. Bu yazıda adı geçen dönemde Anadolu'ya gelen bazı dervişlerin ve mutasavvıfların seyahatleri üzerinde durulacak; buldukları, uğradıkları ve konakladıkları şehirler, beldeler ve coğrafyalar verilmeye çalışılacaktır. Seyahatleri esasında temas ettikleri önemli kişiler ve bunlarla olan münasebetlerinin bazı kesitleri üzerinde durulacaktır.

### ABSTRACT

Anatolia became a Turkish-Islamic homeland with the Turkish-Islamic conquests after the Manzikert Victory. Anatolian cities became centers of science, culture and civilization for the Turkish-Islamic world during the period of the Turkish Seljuk State, founded by the members of the Great Seljuk State dynasty. Especially the protection of scholars, dervishes and artisans by the rulers of the Turkish Seljuk State and the various opportunities provided to them were effective in the settlement of important figures in Anatolia. This article focuses on the travels of some dervishes and sufis who came to Anatolia in the mentioned period above. It tries to give the cities, towns and geographies they visited and stayed in. We focus on the critical people they came into contact with and some sections of their relations with these people during their travels.

### SADREDDİN KONEVÎ (ö. 673/1274)

Tam künyesi Ebü'l-Meâlî Sadrüddîn Muhammed b. İshâk b. Muhammed b. Yûsuf Konevî olan Sadreddin Konevî, Vahdet-i vücûd düşüncesinin Muhyiddin İbnü'l-Arabî'den sonraki en önemli temsilcisidir (Demirli 2008). Babası bir önceki yazıda üzerinde durulan Mecdüddin İshak'tır. Konevî 1209 yılında Malatya'da dünyaya gelmiştir. Babasının devlet adamı olması hasebiyle devrin ünlü isimlerinden ders alma fırsatı bulmuştur. Bu isimlerin en ünlüsü şüphesiz Muhyiddin İbnü'l-Arabî'dir. Konevî ve İbnü'l Arabî arasındaki iyi ilişkiler İbnü'l Arabî'nin ölümüne kadar devam etmiştir.

Sadreddin Konevî, çocukluk ve gençlik yıllarında İbnü'l Arabî ile çeşitli bölgelere seyahat etmiştir. İbnü'l Arabî'nin ölümünden sonra Konevî Konya'ya gelmiş, buraya yerleşmiş ve ömrünün sonuna kadar burada yaşamıştır.

Konevî, Mısır, Şam, Hicaz bölgelerine seyahatler yapmış, bölgedeki âlim ve sufilerle ilişkiler kurmuştur. Konevî'nin Kudüs'e de seyahatte bulunduğu bilinmektedir (Demirli 2008).

### MEVLÂNÂ CELÂLEDDİN-İ RÛMÎ (ö. 672/1273)

Mevlânâ, Bahâeddin Veled'in oğlu olarak 6 Rebülevvel 604'te (30 Eylül 1207) Belh'te doğmuştur. Asıl adı kendi eseri olan Mesnevî'de Muhammed b. Muhammed b. Hüseyin el-Belhî olarak



geçmektedir. Mevlânâ ise “Efendimiz” manasında onu yüceltmek için verilmiş bir ünvandır. Kendisi için “Hudâvendigâr” (hükümdar, sâhip, efendi) ünvanı da kullanılmıştır. Çok sayıda eser kaleme almıştır. Bu eserler *Dîvân-ı Kebir*, *Mesnevî*, *Fîhi mâ fih*, *Mecâlis-i Seb’a ve Mektûbât*’tır (Gölpınarlı 1985; Can 2013; Önder 1986; Öngören 2004).

Mevlânâ, babası Bahâeddin Veled’in ölümünün ardından yaklaşık iki yıl sonra zahir ilminde derinleşmek için Şam’a gitmiştir. Bu Mevlânâ’nın ilk seyahatidir (Eflâkî 1973). Halep şehrine varınca Halaviye Medresesi’ne yerleşmiş, bir müddet burada kalmıştır. Mevlânâ’nın Şam’da dört ile yedi yıl arasında kaldığı rivayet edilmektedir (Eflâkî 1973). Burada kendisine çok sayıda mürit edinmiştir. Şam’dan geri Kayseri üzerinden Konya’ya dönmüştür.

Mevlânâ’nın Halep ve Şam seyahatleri tekrar etmiş ve bu seyahatler sırasında çeşitli olaylar meydana gelmiştir. Bu seyahatlerden birisi hakkında Şeyh Kemaleddin-i Tebrizi el-Hadim’in dilinden Eflâkî şu rivayeti nakletmektedir:

Halep şehrinde Mevlânâ hazretleri ile beraberdim. Birkaç gün orada kaldık. Bir gün pazar tarafına gidip bir bakkaldan bir şey satın aldım. Bakal birdenbire küfredip beni incitti. Geldim, o halkın yabancılara karşı olan düşmanlığını Mevlânâ hazretlerine anlattım. Mevlânâ halktan çok incindi ve “Moğol askeri gelecek, burayı harap edecek, bu şehirden gitmemiz lazımdır,” buyurdu. Tam Şam tarafına hareket ettiğimiz vakit, arkamızdan Moğol askeri Halep’e girdi ve orayı harap etti. Zavallı bakkalı da parça parça ettiler. Yine Şam yolunda o hazretten müşahade ettiğim ve gördüğüm keramet ve şecaatlerden biri de şu idi; bizim deveci başı bir yerde “Mutlaka buraya konalım,” diye ısrar etti. Mevlânâ hazretleri razı olmadı. Deveci başı, kavga arayarak ilerledi ve “Gitmiyorum,” dedi. Mevlânâ hazretleri onun kulağının tozuna bir yumruk indirdi. Deveci derhâl tepetaklak yere yuvarlandı. Mevlânâ her iki elini sıkıca bağlayıp onu mübarek omuzuna alıp yürüdü. Bir fersaha yakın gitti, güzel otları bulunan bir yeşillığe kondu ve deveciye: “Ey aptal, haydi, diyelim ki, bize karşı merhametin ve şefkatin yoktur; develerine de mi acımıyorsun? Çünkü o konak, kurak bir yerdi. Bu gece o konak yeri, Moğol askerinin konak yeri olacak ve Moğol askeri o havaliyi altüst edecek,” dedi. Hakikaten Moğol askeri konak konak onların arka-

sından yetiştiler ve Halep vilayetini harap ettiler (Eflâkî 1973).

Mevlânâ’nın, Şems-i Tebrizî’nin Konya’da ortadan kaybolmasından sonra onu aramak için Şam’a seyahat ettiği *Menâkıbü’l-ârifin*’de ifade edilmektedir (Eflâkî 1973). Mevlânâ Celâledin Rumî’nin kerametlerini ortaya koyduğu bazı seyahatleri de olmuştur. Bu seyahatlerin en dikkat çekenini şöyledir:

Rivayete göre bir gece Mevlânâ ortadan kaybolmuştur. Eşi Mevlânâ’yı medresede ve çeşitli yerlerde aramış fakat bulamamıştır. Daha sonra uyuyan Kira Hatun, bir an uyandığında Mevlânâ’nın namaz kıldığını göreyak yanına varmış ve namaz bittikten sonra ayaklarını kucağına alarak ovmaya başladığı sırada Mevlânâ’nın ayaklarının toz içerisinde, ayak parmaklarının arasında renkli kumlar olduğunu görmüştür. Bunun sebebinin ne olduğunu sorunca Mevlânâ şöyle cevap vermiştir: “Kâbe-i Muazzama’da da ima bizim sevgimizden bahseden gönül sahibi bir derviş vardı. Bir müddet onunla görüşmeye gittim ve bu da Hicaz kumudur, onu sakla kimseye söyleme.” Bu cevap üzerine Kira Hatun içinden “Bu ne büyük bir sefer ve dolaşmadır.” diye geçirmiştir. Mevlânâ “Bu kumların hepsini topladım, bir miktarını bir kâğıt içerisine koyup meliklerin melikesi Gürcü Hatun’a gönderdim ve bu büyük seyahati ve mekân tayyini (tayy-ı mekân) ona bildirdim. Gürcü Hatun’un itikadı bir iken bin oldu ve bunun için o kadar bahşişler verdi ki parmakla sayılmaz” demiştir (Eflâkî 1973).

## HACI BEKTÂŞ-I VELÎ (ö. 669/1271 [?])

Bektaşîlik tarikatının kurucusu olarak kabul edilen Türkmen şeyhidir (Ocak 1996). Asıl adı Bektaş’tır. Ölümünden sonra Hacı Bektaş-ı Veli olarak anılmıştır. Hacı Bektaş-ı Veli Rûm abdallarının piri-dir. Alevi-Bektaşî öğretisinin önde gelen ismidir. Onun hakkında önemli bilgiler veren eser *Hacı Bektaş Vilâyetnâmesi*’dir (Ocak 1996).

XII. yüzyılda Moğol istilası önünden Anadolu’ya yapılan göçlerle buraya geldiği düşünülmektedir. Babailer İsyanından sonra bir müddet ortadan kaybolmuş ve daha sonra Karayol’da (Hacıbektaş) ortaya çıkmıştır. Burada ömrünün sonuna kadar mütevazı bir hayat yaşamıştır. Ancak menkıbevi anlatımlara göre onun da bir şeyh-derviş olarak

bazı amaçlar doğrultusunda seyahat ettikten sonra Anadolu'ya gelerek yerleştiği görülmektedir.

Anlatıya göre Hacı Bekâş-ı Veli küçükken önce ünlü Sûfi Lokmân-ı Perende'nin, daha sonra onun tavsiyesi üzerine Ahmed Yesevi'nin yanına eğitim almaya gitmiştir. Burada kerametler göstermiş, Ahmed Yesevi'nin "nefes evladı" olan Kutbüddin Haydar'ı esir edildiği Bedahşan ilinde kâfirlerin elinden kurtarmıştır. Ahmed Yesevi onun artık olgunlaştığına inanmış ve ona halifelik sembolleri olan taç, şamdan, seccade, sofra ve alem vererek beline tahta kılıcı kuşatarak Diyar-ı Rûm'a (Anadolu) göndermiştir. Hacı Bektaş-ı Veli önce Mekke'ye giderek hac farızasını yerine getirmiş ve "Hacı" ünvanını almıştır. Dönüşte Necef ve Kerbela'yı ziyaret ederek Anadolu'ya geçmiş ve Karayol'a yerleşmiştir (Ocak 1996).

### ÂRİF ÇELEBİ (ö. 719/1320)

Arif Çelebi, Sultan Veled'in oğlu, Mevlânâ'nın torunudur. 8 Zilkade 670'te (6 Haziran 1272) Konya'da doğmuştur (Yazıcı 1991). Arif Çelebi dedesi Mevlânâ'nın yanında büyümüş, yetişmesinde daha çok ondan etkilenmiştir. Öyle ki zaman zaman babası Veled'in bu konuda serzenişleri olduğu eserlerdeki bazı kayıtlara yansımıştır. *Menâkıbü'l-ârifin*'de geçen bilgilere göre Arif Çelebi, ilk seyahatini İlhanlı hükümdarı Gazan Han (1295-1304) döneminde yapmıştır. Arif Çelebi, Irak-ı Acem ülkesini görmek ve bu ülkenin uluları ile tanışmak amacıyla seyahate çıkmıştır (Eflâkî 1973).

Arif Çelebi, ikinci seyahati sırasında yine İran'da Merend şehrine uğramıştır (Eflâkî 1973). Bu seyahat sırasında Arif Çelebi'nin yanında bilginlerden ve emirlerden bir cemaat, Sultan Veled'in müritlerinden ve Geyhatu Han'ın (1291-1295) yakınlarından emir Muhammed Sekurcî ve Gazan Han'ın (1295-1304) yakın adamlarından Cican'ın oğlu Polat Bey bulunmuştur (Eflâkî 1973). Bu seyahat sırasında Şeyh Celaleddin İshak-ı Merendî'nin zaviyesine uğramıştır. Merend'de bir süre kalan Arif Çelebi buradan Tebriz'e hareket etmiştir (Eflâkî 1973).

Arif Çelebi, Anadolu'nun çeşitli şehir ve bölgelerine çok sayıda seyahat yapmış; gittiği yerlerde konaklamıştır. Menteşeoğulları Beyliği coğrafyasına, Lâdik şehrine, Karahisar-ı Develi Kalesi'ne, Irak-ı Acem'de Kûr Suyu'na, Alaiye şehrine, Beyşehir'e,

Kayseri'ye, Kastamonu'ya, Akşehir'e, Birgi şehrine, Kütahya'ya, Larende'ye, Aksaray'a ve Bayburt'a gitmiştir (Eflâkî 1973).

Arif Çelebi, Orta Çağ dünyasında Anadolu'nun önemli şehirlerinden olan Tokat ve Sivas'a çok sayıda seyahat gerçekleştirmiş ve bu şehirlerde belirli süreler zarfında kalmıştır.

Arif Çelebi, İlhanlı başkenti Sultaniye'ye bir seyahat daha gerçekleştirmiştir. Bu seyahatin sebebi *Menâkıbü'l-ârifin*'de İlhanlı hükümdarı Olcaytu Han'a (1304-1316) sıhhat vermek ve onu Şiilerin ve Rafızilerin mezhebinden menetmek olarak verilmektedir. Arif Çelebi, 715 (1315) tarihinde yanında bulunanlarla beraber Olcaytu Han'ın yanına gitmek üzere hareket etmiştir. Bayburt şehrine ulaşmış ve burada bir müddet Ahi Ahmed'in makamında konaklamıştır. Bayburt'ta kaldığı sırada Erzurum vilayetinin ve mülhakatının hâkimi buraya gelerek Arif Çelebi'yi kendi köyüne davet etmiştir. Arif Çelebi, yanında bulunanlarla birlikte bu davete icabet etmiştir. Burada yapılan sema esnasında Arif Çelebi, Olcaytu Han'ın öldüğünü haber vermiştir. Buradan hareket eden Arif Çelebi, Ahlat şehrine gelmiş; buradan da İlhanlı başkenti Sultaniye'ye varmıştır. Sultaniye'ye gelince onu şehrin ileri gelenleri karşılamış; kendisine izzet ve ikramda bulunmuşlardır. *Menâkıbü'l-ârifin*'e göre, Arif Çelebi 717 (1317) yılında İlhanlı başkenti Sultaniye'ye bir seyahat daha yapmıştır. Hatta o sene Kurban Bayramı'nı Sultaniye'de geçirmiştir. Kurban Bayramı'nın Arife gününde Sultaniye şehrinde, Şeyh Sührâb-i Mevlevî'nin zaviyesinde kalmıştır (Eflâkî 1973).

Arif Çelebi Tokat'a bir seyahat yapmış; burada bulunduğu sırada Gömeç Hatun ve Pervane Muinüddin Süleyman'ın kızı Hanzâde ile görüşmüş; sohbetler etmiştir (Eflâkî 1973). Arif Çelebi'nin bir başka Tokat seyahati daha olmuştur. Bu seyahatinde Arif Çelebi, Tokat şehrine geldiği vakit şehrin ileri gelenleri, sultanların hanımları ve Pervane'nin kızı kendisine son derece saygı göstermişlerdir.

Hepsi belirli bir sebep veya amaç doğrultusunda seyahat eden yukarıda anılan şahsiyetler devrin dinî ve ilmî konularında önde gelen isimleridirler. Kendi benimsedikleri veya oluşturdukları öğretinin yayılması, kendilerine taraftar toplama gayesi ile seyahatlerini gerçekleştirmişlerdir. Bir sonraki

yazıda yine bu dönemdeki diğer bazı şeyh-derviş veya öğretiyeye mensup zatların seyahatleri, gezileri üzerinde durulacaktır.

## KAYNAKÇA

- Ahmed Eflâkî. (1973). *Âriflerin Menkıbeleri (Manakib al-Ârifin) I-II*. (Çev. Tahsin Yazıcı). İstanbul: Hürriyet Yayınları.
- Can, Ş. (2013). *Mevlânâ: Hayatı, Şahsiyeti ve Fikirleri*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Demirli, E. (2008). Sadreddin Konevî. *İçinde; İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 35, ss. 420-425). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Gölpınarlı, A. (1985). *Mevlânâ Celâleddin*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Ocak, A. Y. (1996). Hacı Bektâş-ı Velî. *İçinde; İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 14, ss. 455-458). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

Önder, M. (1986). *Mevlânâ Celâleddin-i Rumî*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Öngören, R. (2004). *Mevlânâ Celâleddin-i Rumî*. *İçinde; İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 29, ss. 441-448). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

Yazıcı, T. (1991). Ârif Çelebi. *İçinde; İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 3, ss. 363). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

*İsmail TURAN*

*Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, 60250, Fen- Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Tokat.*

*E-posta: turanislml@gmail.com*

*ORCID:0000-0003-1547-4762*



İsmail TURAN

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü'nden mezun oldu (2011). Yüksek lisans derecesini Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim (2016), doktora derecesini Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı'ndan aldı (2022). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesinde Dr. Öğr. Üyesi olarak çalışmaya başladı (2022). Hâlen Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, Ortaçağ Türk-İslâm devletleri tarihi, Anadolu şehir tarihidir.

## Türk Edebiyatında Seyahat / Metro'da Edebiyat-Taşkent Metrosunda Bir Şair: Ali Şir Nevâyî

*Travel in Turkish Literature / Literature in the Metro-A Poet in the Tashkent Metro: Ali Şir Nevâyî*

**Tuğçe Nur KESİN**

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

### Anahtar sözcükler:

*Seyahat, Özbekistan, Taşkent Metrosu,  
Ali Şir Nevâyî İstasyonu.*

### Key words:

*Travel, Uzbekistan, Tashkent Metro,  
Ali Sher Navayi Station.*

### ÖZ

Özbekistan'ın Taşkent şehrinde bulunan metro hattı, seyahat edenlerin yolculuğunu kısalttığı kadar her biri sanat galerisi görünümünde olan duraklarıyla da insanların ilgisini çekiyor. Çağatay Edebiyatının büyük ismi Ali Şir Nevâyî'nin hatırasının yaşatıldığı güzel bir örnek olarak "Ali Şir Nevâyî İstasyonu" bu hat üzerinde yer alıyor. Şairin portresi ve eserlerinden rölyeflerin yer aldığı istasyon seyahat ve sanatın birleşim noktası olarak değerlendirilebilir. Ülkemizde bazı haberlere konu olan bu istasyon, hem tarihi hem de edebî yönüyle seyahat severlerin ilgisini çekse de yeterince tanıtılmamıştır. Bu yazının konusu, 1984 yılında yapıımı tamamlanan Özbekistan'ın Taşkent şehrinde yer alan Taşkent Metrosu'ndaki "Ali Şir Nevayi İstasyonu" olacaktır.

### ABSTRACT

The metro line in Tashkent, Uzbekistan, not only shortens the journey of travelers, but also attracts people's attention with its stops, each of which looks like an art gallery. "Ali Şir Nevâyî Station" is located on this line as a beautiful example where the memory of Ali Şir Nevâyî, the great name of Chagatai Literature, is kept alive. The station, where the poet's portrait and reliefs from his works are located, can be considered as the junction point of travel and art. This station, which has been the subject of some news in our country, has not been sufficiently promoted even though it attracts the attention of travel lovers with both its historical and literary aspects. The subject of this article will be the "Ali Sher Nevayi Station" in the Tashkent Metro located in Tashkent, Uzbekistan, the construction of which was completed in 1984.

## TAŞKENT METROSU VE ALİ ŞİR NEVÂYİ İSTASYONU

Seyahat etmek kadar seyahatte kullanılan vasıtalar da önemlidir. Güvenli, hızlı ve ucuz ulaşım her zaman insanların tercihi olmuştur. Gelişen teknoloji sayesinde yer üstünden sağlanan ulaşım, metro- lar ile yerin altına taşınmış bu da hızlı, güvenli ve ucuz ulaşımın kapılarını aralamıştır.

Ali Şir Nevâyî 15. yüzyılda yaşamış Türk dilinin önde gelen şair ve yazarlarından. Hatta ona, bir döneme ismini veren şair demek de mümkündür. Timurlular Devleti döneminin dili Çağatay Türk- çesi olarak isimlendirilir ve etkisi 15. yüzyılın baş- larından 20. yüzyılın başlarına kadar devam eder. Nevâyî de bu edebî dilin klasikleştiği zamanda en

güzel eserlerini vermiştir. Bu sebeptendir ki Çağa- tay Türkçesi, Nevâyî Türkçesi olarak anılmıştır.

Nevâyî, Türk diline önemli katkılarda bulunmuş ve ilklere imza atmıştır. Türkçe ilk hamsenin<sup>1</sup> sa- hibidir. Şairlerin hayatlarını anlattığı günümüz bi- yograflerine benzer bir işleyişi olan tezkirenin de Türk dilindeki ilk örneğini veren isimdir. Hamse ve tezkirelerinin yanında; Türkçe ve Farsça divan sahibidir. Tarihi metin yazarıdır. Dil ve edebiyat eserlerinin yanında dinî ve ahlaki konularda kale- me aldığı eserleri bulunmaktadır. Nevâyî üzerine çok sayıda çalışma yapılmış ve halk içinde de eser- leri günümüze kadar okunagelmıştır. O, Türkis-

<sup>1</sup> Beş mesnevinin bir arada bulunduğu eserlere hamse de- nir. Mesnevi ise şiir gibi yazılan kendi içinde kâfiyeli ve ya- zımı ustalık gerektiren uzun hikâyeler olarak tanımlanabilir.





Resim 1. Taşkent Metrosu, 2024 Planı (Kaynak: [https://metrotashkent.narod.ru/sxems/map\\_metro\\_2024\\_ilyabirman\\_ru.png](https://metrotashkent.narod.ru/sxems/map_metro_2024_ilyabirman_ru.png))

tan coğrafyasında hem eserleriyle hem de devlet adamı sıfatıyla değer gören önemli Türk büyüklerindendir. Bunun bir örneği olarak da 1984 yılında yapımı tamamlanan Özbekistan metrosunda kendisine ithaf edilen Ali Şir Nevâyî İstasyonu'nu görüyoruz. İstasyon, Taşkent'in önemli noktalarından Nevayi Bulvarı ile Batyr Zakirov (eski adıyla

Aibek) Caddesi'nin kesiştiği noktada, Özbekistan Gençlik Tiyatrosu'nun (eski adıyla Nevayi Edebiyat Müzesi), Pakhtakor Stadyumu'nun, Gençlik Spor Merkezi'nin ve Ulusal Televizyon ve Radyo Şirketi'nin yakınında yer almaktadır.

Özbekistan, 1924 yılında Sovyetlerin etki alanına girmiş ve yetmiş yıla yakın bir süre "Özbekistan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti" olarak varlığını sürdürmüştür. Sovyetlerin dağılmasının ardından 1991 yılında bağımsızlığını kazanan Türk devletlerinden olmuştur. Uzun yıllar süren Sovyet tesirinin bir etkisi olarak da şehirleşmede Rus mimarisi ve teknolojisi görülmüştür. Sovyet Dönemi'nde şehrin nüfusunun bir milyonu aşması o şehrin metroya ihtiyacı olduğunu göstermekteydi. Özbekistan da o dönemde Sovyet şehirlerinden biriydi.

Şehir planlamacıları, 1968'de Taşkent'te bir metro ağı kurulması için harekete geçerek ilk hat inşaatına 1972 yılında başlamış ve bu 1977 tarihinde açılmıştır. Her gün on binlerce yolcuyla dolup taşan metropolde kurulan metro ile Özbekistan, metro ağına sahip yedinci Sovyet şehri olmuştur<sup>2</sup>.

Tarihi temaları sanatla bütünleştiren mimarisi ile Taşkent Metrosu'nun tüm istasyonları göz alıcı özelliklere sahiptir. Bazı istasyonlar kubbeli tavanlar ve çinili duvarlarıyla geleneksel bazıları ise mermer sütunlar ve balo salonlarını andıran büyük avizeleriyle Avrupa'nın modern mimarisini yansıtmaktadır.

Bazı istasyonlara tarihte yer alan şair ve devlet adamı Ali Şir Nevâyî, Timur İmparatorluğu'nun

<sup>2</sup> <https://sanatkaravani.com/orta-asyanın-ilk-metro-agi-tashkent-metrosu/>



Fotoğraf 1-2. Taşkent Metrosu (Kaynak: <https://central-asia.guide/>)

kurucusu Emir Timur, Rus şair Puşkin gibi önemli şahsiyetlerin isimleri verilmiştir. Taşkent metrosu yakın zamanda Lonely Planet tarafından dünyadaki en güzel metrolardan biri olarak seçilmiştir.

Metro ağı içerisindeki istasyonların kendine özgü hikâyeleri bulunmaktadır. Hikâyesi olan istasyonlardan bu yazıya konu olan Ali Şir Nevâyî İstasyonu, içerisindeki kubbeler, mavi karolar, şairin eserlerinin rölyef çalışmaları ile içerisinden geçen yolcuyu tarihi İpek Yolu yolculuğuna çıkarıyor. O dönemde yaşamadan o ruhu anlamının sanatla mümkün olduğunu gözler önüne seriyor.

Özbekistan hattı üzerinde yer alan Ali Şir Nevâyî İstasyonu, 7 Aralık 1984 tarihinde tamamlanarak Алишера Навои (Alişera Navoi) ismi ile hizmet vermeye başlamıştır. İstasyonun adı Türkçeleştirilerek 1992 yılında Алишер Навоий (Alişer Navoiy) olarak değiştirilmiştir. İstasyon, Muhamadjanov ve Rakhimov tarafından tasarlanıp dekore edilmiştir. Yolcu salonu duvarında ise sanatçılar Akhmarov, Kayumov ve alçı ustaları A. Aminov, U. Mamatboev, heykeltıraş A. Shaimuradov'a ait olan Ali Şir Nevâyî'nin Hamse'sinden işlemler (rölyef) yer almaktadır<sup>3</sup>.

Hamse, şairin beş mesnevisini bir araya getirerek oluşturduğu edebi türün ismidir. Ali Şir

Nevâyî'nin hamsesinde yer alan mesnevilerin isimleri ise şöyledir:

1. Hayretü'l-Ebrâr,
2. Ferhâd ü Şîrîn,
3. Leylî vü Mecnûn,
4. Seb'a-i Seyyâre,
5. Sedd-i İskenderî.

Uzun yıllar güvenlik sebebiyle ziyaretçilerin fotoğraf çekmesine izin verilmemiştir, ancak günümüzde bu yasa kaldırılmıştır. Ali Şir Nevâyî İstasyonu'ndan her biri sanat eseri niteliğindeki görüntülerin fotoğraf kareleriyle yazımıza son veriyoruz.

#### KAYNAKÇA

- <https://metrotashkent.narod.ru>, Erişim tarihi: 4 Mayıs 2024.
- [https://metrotashkent.narod.ru/sxems/map\\_metro\\_2024\\_ilya-birman\\_ru.png](https://metrotashkent.narod.ru/sxems/map_metro_2024_ilya-birman_ru.png), Erişim tarihi: 4 Mayıs 2024.
- <https://central-asia.guide>, Erişim tarihi: 4 Mayıs 2024.
- <https://sanatkaravani.com/orta-asyanın-ilk-metro-agi-taskent-metrosu>, Erişim tarihi: 4 Mayıs 2024.
- <https://metrotashkent.narod.ru/line2/navoi.htm>, Erişim tarihi: 4 Mayıs 2024.

Tuğçe Nur KESİN

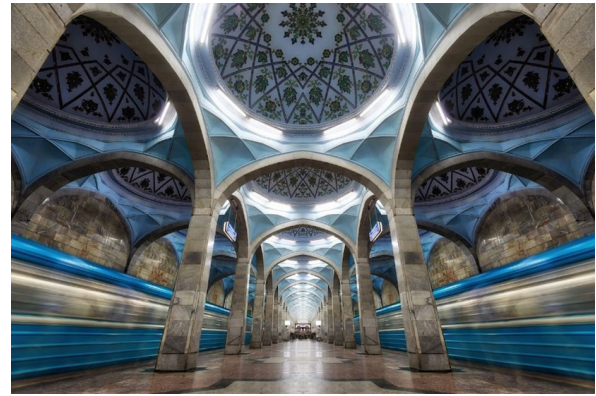
Arş. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, 60000, Tokat-Türkiye.

E-posta: [tuğce.kesin@gop.edu.tr](mailto:tuğce.kesin@gop.edu.tr).

ORCID: 0000-0002-6461-9318



Fotoğraf 3. Ali Şir Nevâyî İstasyonu-1987 (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru/guide/>)



Fotoğraf 4. Ali Şir Nevâyî İstasyonu (Fotoğraf: Lukas Bischoff Photograph/Shutterstock/guide/)

<sup>3</sup> <https://metrotashkent.narod.ru/line2/navoi.htm>

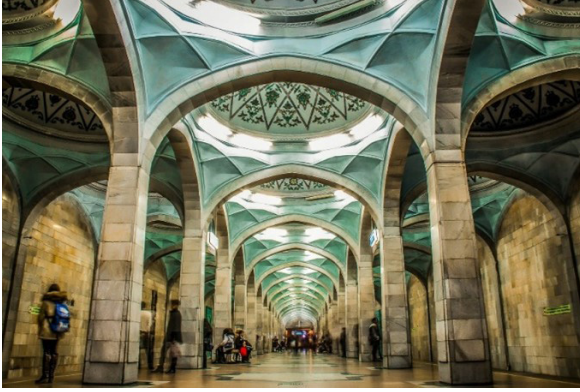




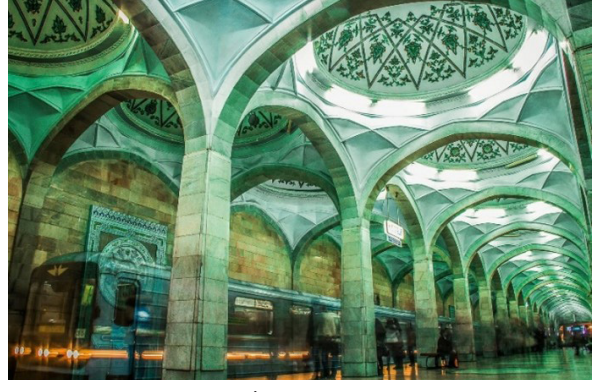
Fotoğraf 5. Ali Şir Nevâyî İstasyonu Girişi (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru>)



Fotoğraf 6. Ali Şir Nevâyî İstasyonu'nda Yer Alan Yürüyen Merdivenler (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru>)



Fotoğraf 7. Ali Şir Nevâyî İstasyonu Kubbe Görünümü (Fotoğraf: Kamil Enikeev)



Fotoğraf 8. Ali Şir Nevâyî İstasyonu Kubbe Görünümü (Fotoğraf: Kamil Enikeev)



Fotoğraf 9. Ali Şir Nevâyî İstasyonu Kubbe İşlemeleri (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru>)



Fotoğraf 10. Ali Şir Nevâyî Rölyefi (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru>)





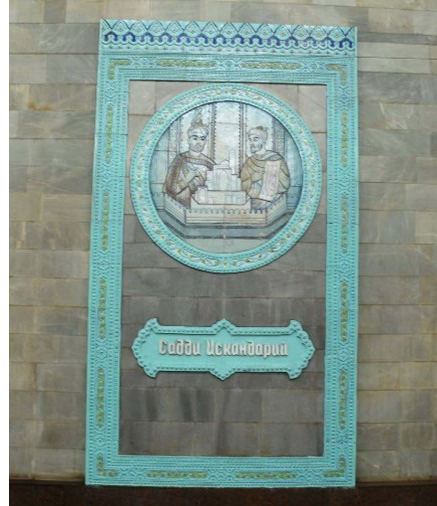
Fotoğraf 11. Ali Şir Nevāyī'nin Ferhād ü Şirīn Mesnevisinin Rölyefi (Fotoğraf: Kamil Enikeev)



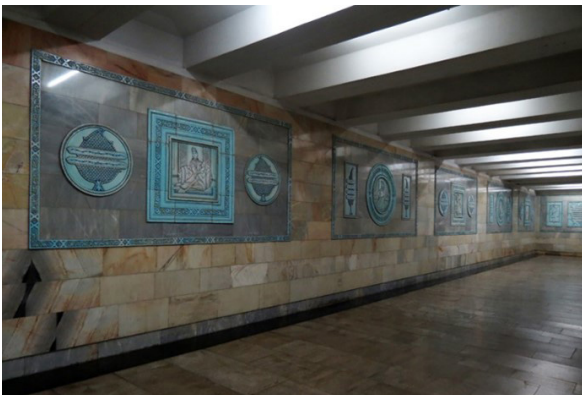
Fotoğraf 12. Nevāyī'nin Leyla ile Mecnun Mesnevisinin Rölyefi (Fotoğraf: Kamil Enikeev)



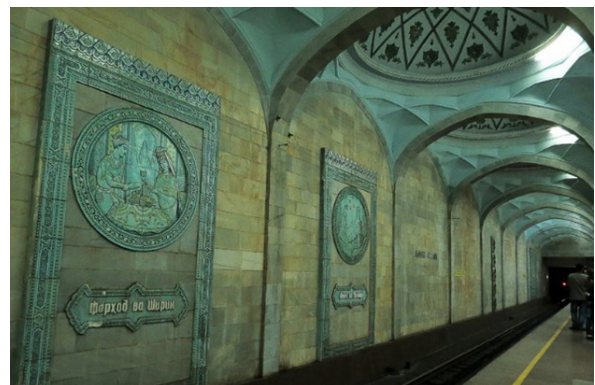
Fotoğraf 13. Nevāyī'nin Seb'a-i Seyyâre Mesnevisinin Rölyefi (Fotoğraf: Kamil Enikeev)



Fotoğraf 14. Nevāyī'nin Sedd-i İskenderî Mesnevisinin Rölyefi (Fotoğraf: Kamil Enikeev)



Fotoğraf 15. İstasyon Duvarındaki Resimler (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru>)



Fotoğraf 16. Ray Duvarından Bir Kesit (Kaynak: <https://metrotashkent.narod.ru>)



## Turizm Tarihi İncelemeleri



Tuğçe Nur KESİN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı bölümünden mezun oldu (2014). Yüksek lisans derecesini Ondokuz Mayıs Üniversitesinden Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı'ndan (2017) aldı. Millî Eğitim Bakanlığında Türkçe öğretmenliği (2016), Ahmet Yesevi Üniversitesinde Türk dili okutmanlığı (2017-2019) yaptı. Yine aynı üniversitede Basın, Yayın ve Tanıtım Uzman Yardımcılığı (2019-2022) görevinde bulundu. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesinde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2022). Hâlen Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesinde görev yapmaktadır. Aynı zamanda Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Türk Dili alanında doktora öğrencisidir. Temel çalışma alanları, Türk dili, Orta Türkçe (Çağatay Türkçesi) ve Yabancılara Türkçe öğretimidir.

## Beyaz Tavşanın İzinde: Alis'in Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Deneyim ve Rehberlik

*Following the White Rabbit: Experience and Guidance in Alice's Digitizing Wonderland*

**Özlem GÜZEL**

Akdeniz Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### Anahtar sözcükler:

*Dijitalleşme, Dijital turizm, Yeni nesil rehberlik uygulamaları.*

### Key words:

*Digitization, Digital tourism, Next-generation guidance applications.*

### ÖZ

Endüstri 4.0 ile ortaya çıkan gelişmeler, dijital teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesini sağlarken, her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de dijital turizm öne çıkan bir trend haline gelmiştir. Turizm sektöründeki dijitalleşme, turistik ürünlerin yapılarını değiştirirken, insan-makine etkileşiminin artmasıyla turistik ürünler ve hizmetler, deneysel bir yapıya bürünmüştür. Yeni yüzyılın turistleri, Alis'in beyaz tavşanı takip ederek, masalsi harikalar diyarına girmesi gibi akıllı uygulamaların peşinden giderek sanallaşan deneyim dünyasında kaybolmaya başlamıştır. Bu bağlamda özellikle destinasyonlar ve yerel turları oluşturan çekiciliklerin dijital ortama aktarılmasıyla birlikte turist rehberleri için de yeni bir dönem başlamıştır. Rehberlerin dijital uygulamalara entegre olması gelecekteki turizm trendlerini şekillendirecek önemli bir faktör haline gelmiştir. Ancak, bu geçiş sürecinde ortaya çıkan olumsuz algılamaların da dikkate alınması ve çözümlenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda yeni nesil turizm uygulamalarının turlar ve turist rehberleri bağlamında kapsamlı bir şekilde irdelenmesi dijital rehberlik uygulamalarının başlangıç aşamasında olduğu bu dönemde önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu çalışma ile yeni nesil turizm uygulamaları turist rehberleri açısından ele alınmıştır.

### ABSTRACT

The advancements spurred by Industry 4.0 have accelerated the rapid growth of digital technology. In line with various sectors, the tourism industry has also witnessed the prominence of digital tourism as a notable trend. Digitalization in the tourism sector has transformed the structures of touristic products, while increasing the interaction between humans and machines, thereby influencing the experiences of tourists. The tourists of the new century have begun to lose themselves in the virtualized world of experiences, much like Alice entering Wonderland by following the White Rabbit, chasing after smart applications. A new era has begun for tourist guides, especially with the transfer of attractions that make up destinations and tours to the digital environment. The integration of guides into digital applications has become a crucial factor in shaping future tourism trends. However, it is essential to consider and address the negative perceptions that arise during this transition process. Within this context, a comprehensive examination of the new generation tourism applications is crucial, particularly concerning tours and tourist guides. This study emphasizes the importance of the initial stages of digital guidance applications in the context of tours and tourist guides within the framework of new generation tourism applications.

## GİRİŞ

Dijital teknoloji baş döndürücü bir hızla tüketicilerin hayatına giriş yaparken, turizm sektörün de yer alan işletmeler de hızlı bir şekilde teknolojiye uyum sağlamış ve dijital turizm kavramı günümüzün öne çıkan trend konusu haline gelmiştir. Dijital turizm, dijital teknolojilerin müşterilerin turizm deneyimlerini geliştirmek için turist deneyimlerine turistik aktivite öncesinde, anında ve sonrasında entegre edilmesidir (Benyon, vd. 2013; Happ ve Ivancso-Horvath 2018). İşletmeler

açısından iş süreçlerinde otomatikleşme, verimlilik sağlama, pazarlama ve reklam stratejilerinde dinamik bir orta yaratma, turist deneyiminde kaliteyi sağlama gibi faydalar sunan dijitalleşmeyi, günümüzün turistleri de severek kullanmaya başlamıştır (Williams vd. 1996; Urieli 2025).

Tüketiciyi tanımada derinlik eksikliğinin teknolojiyle kapatıldığı dijitalleşen günlerde turistler, tercihlerine göre seyahat önerileri/indirimler almaya, dijital platformlarda yorumlarını yaparak katılımcı iletişimin gücünü hissetmeye başlamışlardır. Turistlere destinasyonlarını sanal ortamda

keşfetme fırsatı da sağlayan dijitalleşen uygulamalar, özellikle Covid-19 pandemisi sonrasında yaşanan seyahat kısıtlamalarıyla da akıllı cihazlar üzerinden turistlere gezi ve rehberli turlara katılma imkânları sunmuştur. Bu durum turistik ürünlerin DNA'sını değiştirirken, Toffler'ın (1996) gelecek korkusu kitabında vurguladığı deneyimler, turistleri "beyaz tavşanın" (akıllı cihazlar) ardından "Alis'in Dijitalleşen Harikalar Dünyasına" davet eder hale gelmiştir. Turistler dijitalleşen bu dünyaya deneyimsel açıdan entegre olmakta zorluk çekmezken, dijitalleşmenin turist rehberleri açısından da ele alınması konusu önemli bir sorunsal ve gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

### Dijitalleşen Dünyada Rehberlik Uygulamaları

Bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile beşeri ilişkilerin ön planda olduğu hizmet sektöründe robot, yazılım ve yapay zekâ gibi ileri teknolojik uygulamalar hizmet sektörünün temel unsuru olan insan-insan ilişkilerine insan-makine ilişkisinin eklenmesini sağlamıştır. Dijital turizm uygulamaları kapsamında turist rehberliği mesleğinde insan-insan ilişkilerine insan-makine ilişkisinin eklenmesi müze ve sergi salonlarında başlamıştır (Yıldız 2019). Dijitalleşen uygulamaların içinde turistlere destinasyonlar hakkında bilgiler sunan "mobil cihazlar, dijital rehber sistemleri/aplikasyonlar, sanal turlar ve harita tabanlı rehberlik hizmetleri", turist rehberlerini en çok ilgilendiren konu başlıkları olmuştur. Tekeli ve Tabak'ın (2021) yaptığı araştırmada turist rehberleri telefon/tablet/laptop, sosyal medya, navigasyon/GPS destekli harita uygulamaları, mikrofon/eş zamanlı kulaklık, video gösterimi, mobil uygulamalar, web siteleri, video-konferans uygulamaları olarak ortaya çıkarken, turistlerin ise kullandıkları dijital teknolojiler cep telefonu/tablet, navigasyon, sosyal medya, fotoğraf makinesi/kamera/drone, ses kayıt tabanlı rehberlik, kayıt cihazı, akıllı saat ve mobil uygulamalar olarak sıralanmıştır.

Turist rehberliğinde yer alan yeni nesil teknoloji uygulamaları, seyahat deneyimini zenginleştirmek, bilgi alımını kolaylaştırmak, seyahat kısıtlarının olduğu günlerde rehberlik hizmeti sunmak

amacıyla geliştirilen çeşitli araç ve uygulamaları içermektedir. Bu uygulamalar şu şekilde özet olarak sıralanabilir (Abowd vd., 1997; Benyon, vd., 2013; Weiler ve Black 2015; Tekeli ve Tabak, 2021):

- *Artırılmış Gerçeklik (AR)*: Fiziksel dünyayı görsel olarak sunan AR teknolojisi, tarihi binaları, eserleri veya coğrafi alanları yaşayan interaktif bir dünyaya dönüştürmektedir.
- *Sanal Gerçeklik (VR)*: Üretilen sanal turlar, tarihi ve kültürel mekanları akıllı cihazlar üzerinden ziyaret etme imkanı sunmaktadır.
- *Konum Bazlı Hizmetler*: GPS gibi konum belirleme teknolojileri, turistlere mekan/müze/antik kent vb. konumlar hakkında bilgi sunmaktadır.
- *Dijital Rehber Kitapları/E-kitaplar*: Turistler için kolay erişilebilir bilgi sunmaktadır.
- *Mobil Uygulamalar*: Kullanıcılara haritalar üzerinden, tarihi ve kültürel bilgiler sunarken, rota önerileri, yeme içme/konaklama mekan önerileri ve etkinlikler gibi konularda bilgiler sunmaktadır.
- *Yapay Zeka (AI) Destekli Rehberlik Uygulamaları*: Turistlerin soruları hızlıca cevaplayan yapay zeka destekli uygulamalar, seyahat planlarını organize etmektedir.
- *İnteraktif Sesli Rehber Uygulamaları/Audio-Guide*: Turistlere yerel hikayeleri, tarihi bilgileri veya kültürel konuları sesli olarak aktarmaktadır.
- *İnteraktif Sosyal Medya Platformları*: Turistlerin deneyimlerini paylaştıkları bu platformlar, turistlere güvenli seyahatler için ipuçları sunmaktadır.

### Alis (Turistler) Dijital Dünyada Neler Hisseder?

Turistlere antik kentleri geziyor hissiyatı veren yeni nesil teknoloji uygulamaları turist üzerinde bir takım duygusal ve deneyimsel etkiler yaratabilir. Ancak bu etkiler, kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu sebepler turist rehberlerinin turlarını bu teknolojiye nasıl entegre ettikleri ve nasıl sundukları sorusu genel olarak deneyim üzerinde belirleyici olabilmektedir.

Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi dijital teknolojiler, deneyimlere “görselleştirme, navigasyon sunma, otel restoran gibi mekanları sorgulama ve arama, oyun içinde eğlence sunma, simülasyon ortamı yaratma” gibi bir takım faydalar sağlamaktadır (Benyon, vd. 2013). Bu uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilen turlar turistlere yenilikçi bir ürün sunarken, turistlerde “*merak duygusunu*” uyandırmaktadır. Böylece beyaz tavşanın (akıllı cihazların) ardında tarih ve kültürle etkileşim şekli yeniden tanımlanmaktadır. Pine ve Gilmore (1998) tarafından önerilen deneyim ekonomisinin estetik, eğlence, kaçış ve eğitim boyutları aktif olarak ortaya çıkarken, interaktif sanal turlar veya artırılmış gerçeklik uygulamaları aracılığıyla turistler, antik kentin geçmişiyle etkileşimde bulunabilmektedir. Bu etkileşim sanal mekânların tarihini, mimarisini ve kültürünü dijital dünyada öğrenme şansı yaratmaktadır.

Sanal turlar veya artırılmış gerçeklik ile kurgulanmış sanal antik kent uygulamaları, turistlere kentlerin tarihini, yaşam tarzını ve mimarisini daha yakından deneyimleme şansı tanımaktadır. Bu durumda antik kente karşı “*duygusal bir bağ*” kurulmaktadır. Bu durumun bir çıktısı olarak ta dijitalleştirilmiş deneyimler, tura katılan turistlere dijital harikalar dünyasından sonra anılar yaratmaktadır. Bu anılar, VR veya AR teknolojisi kullanılarak unutulmaz deneyimlere dönüşmektedir.

### Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Turist Rehberlerinin Algıları

Dijital uygulamalar baş döndürücü bir hızla turizm uygulamalarının içerisinde yer almaya başlasa da, kültürün ve tarihin izlerini yakından takip etmek için bizzat turlara katılarak, duygusal olarak turları deneyimlemek isteyen bir turist profili de bulunmaktadır (Eser vd. 2019). Bu bağlamda bir bölgeyi, ören yerini veya müzeyi dijital uygulamalar ile gezen turistler için onları rehberli turlara yöneltecek dezavantajlar ortaya çıkabilir. *Deneyimsel* açıdan bakıldığında genellikle genelleştirilmiş bilgiler sunan otomatik rehberler, bireysel tercihleri ve ilgi alanlarını göz ardı edebilir. Bu durum turistlerin bireysel ilgi alanlarına göre özelleştirilmiş bir deneyim yaşama şansı

azaltmaktadır. Ayrıca dijital uygulamalar, kullanıcılarını bire bir etkileşimden uzak tutarken, turistler, yerel halkla etkileşim kurma fırsatını kaçırmaktadırlar. Bu durumda yerel bağlam eksikliği ortaya çıkmaktadır. Yani dijital uygulamalar, turistlere yerel kültür hakkında sınırlı bilgiler sunmaktadır. Ek olarak bu uygulamalar belirli bir rota veya program üzerinde çalışmaktadır. Bu sebeple turistlerin anlık değişikliklere entegre olmalarını zorlaştırabilir.

Dijital uygulamaları rehberlik açısından turlardan önce, tur esnasında ve turlardan sonra olarak ayırtıran Çakmak ve Demirkol (2017), turlardan önce ağırlıklı olarak internet, sosyal medya tabanlı ve iletişim yönlü dijital uygulamaların kullanılmasına dikkat çekerken, tur esnasında kullanılan teknolojinin ulaşım, güvenlik ve bilgi donanımı amacıyla kullanıldığını belirtmektedir. Literatürde yapılan incelemelerde rehberlerin yeni nesil uygulamalara yönelik olumsuz bakış açıları şu maddeler olarak sıralanabilir (Çakmak ve Demirkol 2017; Eser vd. 2019; de La Harpe ve Sevenhyusen 2020; Tekeli ve Tabak 202; Özalkan vd. 2022; Düzgün 2022).

- Yeni nesil uygulamalar ile bireyselleşen gezilerin rehberlere duyulan ihtiyacı azaltması,
- Dijitale bağımlı turistlerin oluşması ve rehberlere olan ilginin yok olması,
- Rehber-turist ilişkisinin yapaylaşması ve empati temelli iletişimin yok olması,
- Müzelerde zamanın kontrol edilememesi,
- Yeni nesil rehberlik uygulamaları mesleğin rakibi olabileceği,
- Yeni nesil rehberlik uygulamalarının mesleki bir deformasyon yarabileceği,
- Dijital uygulamaların canlandırdığı ortamın turist beklentisinin üzerinde olması ve gerçeklik algısının bozulması,
- Turlardaki otantikliğin yok olması,
- Robot rehber gibi uygulamaların duygusuz/mimiksiz bir anlatım ile iletişime engel olması,
- Aktarılan bilginin yüzeysel kalması,
- Robot rehberlerin mekanik sorunlar yaşatması ve kriz yönetimi eksikliği,



- Dijital uygulamaları yönetecek teknik personelin bulundurulması,
- Veri güvenliğinin sağlanamaması,
- Teknolojiye uyum sağlama zorluğu çekilmesi,
- Turistlerin uygulamalara erişim sağlamaları için uygun donanıma sahip olmamaları.

Bu dezavantajların yanı sıra turist rehberlerinin dijital uygulamalara entegre olması, turistlere daha zengin ve kişiselleştirilmiş deneyim sunmanın yolunu açarken, rehberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmalarını ve modern seyahat trendlerine ayak uydurmalarını sağlamaktadır. Yine literatürde yapılan incelemelerde rehberlerin yeni nesil uygulamalara yönelik olumlu bakış açıları şu maddeler olarak sıralanabilir (Benyon, vd. 2013; Çakmak ve Demirkol 2017; Tekeli ve Tabak 2021; Ziolkowska 2021; Özalkan vd. 2022; Düzgün 2022):

- Headset ve Audio-Guide gibi dijital uygulamaların özellikle anlatımın zor olduğu ve kalabalık olan yerlerde destekleyici rol üstlenmesi,
- Robot rehber gibi uygulamaların müze ve ören yerlerinde rehberlerin iş yükünü hafifletmesi,
- Rehberlerin bilgiye kolay erişebilmesi,
- Müze ve ören yerleri ile ilgili anlık bilgi alma kolaylığı sağlaması,
- Navigasyon gibi uygulamalar ile rotanın takibinin kolaylaşması ve kaybolmayı önleme,
- Rehberlerin WP gibi uygulamalarla grubuyla anlık iletişim kurabilmesi ve müşterilerin kaybolmasını önleme,
- Sosyal medya sayesinde müşterilerle hızlı iletişim kurma,
- Gidilmemiş coğrafyaya dijital uygulamalar aracılığıyla kısa sürede hazırlanması,
- Rehberlerin kendi tur gruplarını internet aracılığıyla oluşturması ve kendi müşteri profilini oluşturması,
- Yeni nesil rehberlik uygulamalarının çoklu dillerde hizmet verebilmesi,
- 3D'li hologram sistemleri, VR uygulamaları gibi uygulamaların ören yerleri ve müzelerde deneyimsel bir ortam yaratarak, o anı ve tarihi canlandırması,

- Rehberin dijital görselleri cihazlar üzerinden göstererek, yanında taşıyacağı kaynağı azaltması,
- Kültürel mirasın aktarımının görsel olarak mümkün kılınması,
- Bireysel gezmeyi seven müşteriler için avantaj yaratması,
- QR kodla ören yeri ve müze gibi yerlere girişin kolaylaşması ve zamandan tasarruf sağlaması,
- QR kodla giriş kağıt israfını yok etmesi,
- Turların fiziksel olarak yapılamayacağı ve seyahat kısıtının olduğu kriz ortamlarında dijital uygulamalar ile rehberlik yapılabilmesi.

Bu olumlu ve olumsuz algılar göz önüne alındığında rehberlerin dijital uygulamalara entegre olabilmesi için birtakım öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- *Uygulama Tasarlama:* Rehberler, destinasyonlar ve turistik yerler hakkında bilgileri paylaşmak, yönlendirme yapmak ve etkileşimde bulunmak için dijital uygulamaları üretebilirler. Bu uygulamalar aracılığıyla rehberler, kendi turist profilini oluşturabilirler.
- *Mobil Uygulama Kullanımı:* Rehberler, mobil uygulamaları güncel olarak takip ederek, yenilikçi uygulamalara ayak uydurmalı.
- *Dijital Rehber Kitapları:* Rehberler, bilimsel yazım kurallarına uygun şekilde dijital rehber kitapları oluşturarak turistlere interaktif içerik sunabilirler.
- *Artırılmış Gerçeklik (AR) ve Sanal Gerçeklik (VR) Turları:* Rehberler, artırılmış ve sanal gerçeklik turları ile turistlere görsel unsurlarla tasarlanmış sanal deneyimler sunabilirler.
- *Bloglar ve Sosyal Medya:* Rehberler, turistik yerler/çekicilikler, etkinlikler ve yerel kültür hakkında bilgi paylaşımı yapmak için bloglar veya Youtube, Instagram gibi sosyal medya platformlarını kullanabilirler.
- *Online Etkileşim Uygulamaları:* Rehberler, çevrimiçi platformlarda etkileşimli bir sistem/uygulama yaratabilirler. Bu sistemler üzerinden turistlere bilgi sunabilir ve seyahatle ilgili konularda destek sağlayabilirler.

- *İnteraktif Sesli Rehberlik/Hikâye Anlatıcılığı*: Rehberler bilgi birikimlerini sesli kayıtlara/podcastlere dönüştürerek kendi müşteri kitlesine seslendirme yapabilirler.
- *Dijital Eğitim ve Etkinlikler*: Rehberler, dijital platformlarda çevrimiçi eğitimler veya etkinlikler düzenleyerek turistlere uzaktan rehberlik hizmeti sunabilirler. Şarap tadımları, Gılgamış Destanı okumaları, Anadolu'da Hristiyanlık, Anadolu Efsaneleri gibi ilgi çekici konularda çevrimiçi etkinlikler planlanabilir.

## SONUÇ

Dijitalleşen dünyada turizm kaçınılmaz bir şekilde çeşitli dijital uygulamalarla entegre edilirken, seyahat sektörünün dinamikleri ve temelleri değişmeye başlamıştır. Dijitalleşme, turizm işletmelerine bir dizi avantaj sunarken, turistlerin deneyimlerini zenginleştirmek ve turistik destinasyonları keşfetmelerini kolaylaştırmak için yeni nesil turizm uygulamaları ortaya çıkmaya başlamıştır. Turlar ve turist rehberliği mesleği de bu değişime maruz kalmıştır. Mobil uygulamalar, yapay zekâ destekli rehberlik uygulamaları, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) turları, interaktif sosyal medya platformları gibi yeni nesil rehberlik araçları, turistlere interaktif ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır. Turistler açısından deneyimsel bir takım avantajlar yaratan bu uygulamalar turist rehberleri için de kolaylık sağlarken, aynı zamanda dezavantajlar da yaratmaktadır. Rehberlerin dijital uygulamalara entegrasyonu ve turistlerle olan etkileşimde yaşanan sınırlamalar olumsuzluk olarak algılanmaktadır. Yeni nesil uygulamaların rehberlere duyulan ihtiyacı azaltması, dijital uygulamalara bağımlı turistlerin artması ve rehber-turist ilişkisinin yapaylaşması gibi durumlar, turist rehberliği mesleğini etkileyebilecek unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Rehberlerin dijitalleşmeye ayak uydurması ve bu teknolojileri avantajlarıyla kullanması "Turizm 4.0" gerekliliği haline gelmektedir. Bu noktada "rehberler dijital dünyada nasıl var olacak?" sorunsalı ortaya çıkmaktadır. Genç kuşak rehberler teknolojiye kendisini daha kolay entegre ederken, X kuşağı rehberler çekimser ve karamsar olabilmektedir. Çakmak

ve Demirkol'un (2017) yaptıkları araştırma da rehberlerin bazı dijital gelişmelere uyum göstermede zorluk yaşadıklarını keşfetmişlerdir. Ancak yine aynı çalışmada rehberlerin teknolojiye entegrasyonlarının rekabet avantajı sağladığı da vurgulanmıştır. Bu kapsamda akıllı telefonlar özellikle en çok kullanılan araç olmuştur. De La Harpe ve Sevenhyusen (2020) turizmde teknolojinin kısıtlanamaz şekilde yayıldığını ve bu sebeple teknolojik uygulamalarının turlar ve rehberler bağlamında ele alınması gerekli unsurlar olduğunun altı çizilmektedir.

## KAYNAKÇA

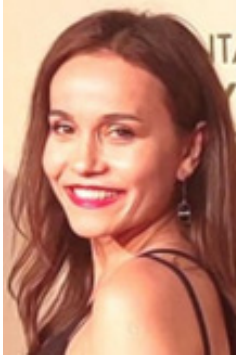
- Abowd, G. D., Atkeson, C.G., Hong, J., Long, S., Kooper, R ve Pinkerton, M. (1997). Cyberguide: A Mobile Context-Aware Tour Guide, *Wireless Networks*, 3(5): 421-433.
- Benyon, D., Quigley, A., O'keefe, B ve Riva, G. (2013). Presence and Digital Tourism, *AI & Society*, 29: 521-529.
- Çakmak, T. F. ve Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7: 221-235.
- De La Harpe, M. ve Sevenhuysen, K. (2020). New Technologies in the Field of Tourist Guiding: Threat or Tool?, *Journal of Tourismology*, 6 (1): 13-33.
- Düzgün, E. (2022). Turist Rehberlerinin Dijital Turizmdeki Gelişmelere Bakışı, *Turizm Akademik Dergisi*, 9 (1): 193-208.
- Eser, S., Çakıcı, C. A., Babat, B. ve Kızılırmak İ. (2019). Turlarda Teknoloji Kullanımı: Turistler ve Turist Rehberleri Gözüyle Bir Değerlendirme, *Balikesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (41): 465-480.
- Happ, E. ve Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism, *Knowledge Horizons-Economics*, 10 (2): 9-16.
- Kırıcı Tekeli, E. ve Tabak, G. (2021). Dijitalleşmenin Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğine Etkilerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, *Ulusal Turist Rehberliği Kongresi*, Mersin, Türkiye, 199-212.
- Özalkan, S., Özkurt, D. Ş. ve Ayyıldız, A. Y. (2022). Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Dijitalleşme ve Robot Rehberler, A Study of, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (2):1415-1435.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1998). The Experience Economy, *Harvard Business Review*, 76 (6): 18-23.
- Toffler, A. (1996). *Şok: Gelecek Korkusu*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments, *Annals of Tourism Research*, 32(1): 199-216.
- Weiler, B. ve Black, R. (2015). The Changing Face of the Tour Guide: One-Way Communicator to Choreographer to Co-Creator of the Tourist Experience, *Tourism Recreation Research*, 40 (3): 364-378.

Williams, P. W., Bascombe, P., Brenner, N. ve Green, D. (1996). Using the Internet for Tourism Research: Information Highway or Dirt Road?, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 63-70.

Yıldız, S. (2019). Turist Rehberliği Mesleğinde Robot Rehberlerin Yükseliği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10 (23): 164-177.

Ziółkowska, J. (2021). Finding Opportunities in Uncertain Times. The Case Study of a Tourist Guides Venture in the EU, *Sustainability*, 13 (23): 12959.

Özlem GÜZEL  
Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Konyaaltı/Antalya.  
E-posta: ozlemguzel@akdeniz.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-0081-3530



Özlem GÜZEL

Lisans derecesini Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turist Rehberliği bölümünde aldıktan sonra (2004), Balıkesir Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Türkiye imajı ve turist rehberliği üzerine verdiği teziyle yüksek lisansını tamamladı (2007). Karşılایıcı (incoming) hizmeti veren seyahat acentelerin da rehber olarak görev alarak sektör deneyimi edindikten sonra Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak ders vermeye başladı (2007). Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı'nda deneyim pazarlaması üzerine yazdığı teziyle doktorasını tamamladı (2012). Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak göreve başladı (2014), Ardından Doçent unvanını aldı (2016). Şu an Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde Prof. Dr. olarak görev yapan Güzel'in temel çalışma alanları; turist deneyimi, turizm pazarlaması, turist rehberliği çalışmaları ve inanç turizmidir.

## Gastronomi Rehberliği

*Gastronomy Guidance*

**Hande AKYURT KURNAZ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### Anahtar sözcükler:

*Gastronomi, Gastronomi turizmi,  
Gastronomi rehberliği.*

### ÖZ

İnsanların hayatlarını sürdürabilmesi için yeme içmeye ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaç seyahatleri sırasında da devam etmektedir. Destinasyonların pazarlanmasında gastronominin kullanılması, sosyal medyada gastronomiye artan ilginin yoğunlaşması, otantiklik ve yöresel kavramlarının ön plana çıkması ile gastronomi turizmi giderek zenginleşmiştir. Gastronomi turizminin Türkiye açısından önemi oldukça fazladır. İklim zenginliği, coğrafi farklılıkların olması, kültürel yoğunluk gibi nedenlerle Türkiye, gastronomi açısından oldukça verimlidir. Yoğun bilgi birikimi gerektiren gastronominin turistlere anlatılması da tanıtım açısından gereklidir. Bu konuda turist rehberliğinde temel bir uzmanlaşma alanı olan gastronomi rehberliği karşımıza çıkmaktadır. Ulusal ve uluslararası gastronomiye dair yemeklerin, kültürün, ritüellerin, kullanılan araç gereçlerin, yemek adabının anlatılması gastronomi rehberlerinin en temel görevleri arasındadır.

### Key words:

*Gastronomy, Gastronomy tourism,  
Gastronomy guidance.*

### ABSTRACT

People need to eat and drink to sustain their lives. This need continues during their travels. Gastronomy tourism has become increasingly enriched with the use of gastronomy in the marketing of destinations, the increasing interest in gastronomy on social media and the prominence of authenticity and local concepts. Gastronomy tourism is of great importance for Turkey. Turkey is very productive in terms of gastronomy due to reasons such as climate richness, geographical differences and cultural density. Explaining gastronomy, which requires intensive knowledge, to tourists is necessary for promotion. Gastronomy guidance emerges as one of the specialization areas in tourist guidance. Explaining national and international gastronomy products, culture, rituals, equipment and food etiquette are among the most basic duties of gastronomy guides.

## GİRİŞ

Tarihi çağlar boyunca gastronomi, yaşamış ve yaşayan halklar arasında dil veya diğer etkilerden daha güçlü bir kültürel güç olduğunu kanıtlamıştır. Günümüzde belirli gastronomik bölgelerden, farklı mutfakların hüküm sürdüğü ve ortak mutfak yöntemlerinin uygulandığı coğrafi alanlardan bahsetmek mümkündür. Örneğin; Güneydoğu Asya'nın büyük bölümünde pirinç temel gıda maddesidir. Hindistan ve Endonezya yemeklerinin ayırt edici en temel özelliği, yemeklere lezzet katmak için baharatların cömert ve yaratıcı bir şekilde kullanılmasıdır. Zeytinyağı ise Akdeniz mutfağının temel ürünüdür. Kuzey

Avrupa ve Kuzey Amerika'da tereyağı, krema, domuz yağı, kaz ve tavuk yağı gibi çeşitli yağlar ön plandadır. Latin Amerika'da mısır temel gıda maddesidir ve çok çeşitli şekillerde kullanılmaktadır (Britannica 2023). Köklü gastronomi kültürünün içerisinde Türkiye'nin yer aldığı pay oldukça büyüktür. Farklı medeniyetlerin yaşamış olması, gelenek-göreneklerin zenginliği, iklim çeşitliliği, ürün yelpazesinin farklılığı Türk mutfak kültürünün içeriğinin oluşmasını sağlamıştır. Turizm farklı bileşenlerden oluşan bir sektördür. Seyahat, konaklama, yeme içme, eğlence, alışveriş gibi içerikler turizmi meydana getirmektedir. Bu parçalardan biri olan yeme içme turistlerin seyahatleri boyunca gerçekleştirdikleri fiziksel



ihtiyaçlarıdır. Bu ihtiyaçların karşılanması konusunda da gastronomi turizmi ve gastronomi rehberliği kavramları ortaya çıkmıştır.

### Gastronomi Turizmi

Son yıllarda turist taleplerinin farklılaşması ile birlikte turizm yelpazesi içerisinde yer alan yiyecek içecek tüketim süreçlerinin de değiştiği görülmektedir. Doğrudan yiyecek içecek tüketimi ile ilgili olan gastronomi turizmi giderek yaygınlaşan bir turizm türü olmaktadır. Özellikle gastronomi temelli destinasyonların ön plana çıkması, yöresel mutfak kültürüne olan duyarlılığın artması, otantiklik arayışı gibi çeşitli seyahat motivasyonlarının ortaya çıkması ile gastronomi turizmi önemli bir pazar halini almıştır.

World Food Travel tanımına göre gastronomi turizmi bir yer hakkında fikir edinmek üzere temelde tat alma olan seyahat eylemidir. Gastronomi turizmi kapsamında birçok faktörden bahsetmek mümkündür. Yemek turları, yemek pişirme sınıfları, şarap tadımları, bira fabrikası turları, üreticilerin ziyaret edilmesi ve sokak pazarları deneyimleri gibi etkinlikler örnek verilebilir (World Food Travel 2023). Gastronomi turizmi endüstrisi içerisinde çeşitli aktörler bulunmaktadır. Bu aktörler (World Food Travel 2023);

- Seyahat ve Konaklama
- Yiyecek ve İçecek
- Diğer, olmak üzere ayrılmaktadır.

Gastronomi turizminin destinasyon açısından birçok yararı bulunmaktadır. Bu yararlar; destinasyon tanınabilirliğinin oluşturulması, ziyaretçi

sayısının artırılması, bölgenin yiyecek içeceklerine olan ihracatın zenginleştirilmesi olarak sayılmaktadır. Doğal olarak destinasyonlar açısından ekonomik girdilerin sağlanması oldukça önemlidir. Gastronomi turizminin belirli bir destinasyon veya işletme üzerindeki ekonomik faydalarının tam sonucunu elde etmek oldukça zor olmasına rağmen toplam ziyaretçi harcamalarının yüzde 25'inin gastronomi temelli olduğunu belirtmek mümkündür (World Food Travel 2023).

Destinasyonların sahip olduğu kültür, gastronomiyi besleyen önemli bir kavramdır. Yemek ve kültür birbirini tamamlar ve yemek ile ilgili inançlar, tutumlar, ritüeller son yıllarda araştırma konularının başında gelmektedir. Kuşaktan kuşağa aktarılan tarifler gastronominin temel yapı taşlarından olmaktadır. Yerel kültürün korunması ve aktarılması konusunda yöresel mutfağın önemi son derece büyüktür. World Food Travel 2023 yılı raporuna göre; Ocak 2022 itibarıyla UNESCO, yiyecek ve içecek ile ilgili 27 geleceği İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'nin bir parçası olarak kabul etmiştir. 2022 yılındaki listede Ukrayna pancar çorbası, 2021 yılında da Haiti'nin Joumou çorbası (kaba), İtalya'da trüf mantarı avcılığı ve Senegal'in Ceebu jën (balık, pirinç ve sebze yemeği) tatlari yerini almıştır. Günümüzde yöresel mutfak derslerine ve eğitim merkezlerine yapılan ziyaretler, yemek turları ve çiftçi pazarlarına olan ziyaretler tüm turist tipleri açısından tercih edilen seyahat motivasyonları arasına girmiştir. Bu konuda gastronomik kültürlere olan ziyaretler oldukça popüler bir seyahattir. Gastronomi turistlerinin

Tablo 1. Aktörler ve İçerikleri

Seyahat ve Konaklama	Yiyecek ve İçecek	Diğer
Mutfak Aktiviteleri	Çiftlikler	Hükümet
Destinasyon Yönetim Organizasyonları	Pazarlar	Eğitim Kurumları
Tur Operatörleri	Üreticiler	Medya
Turist Rehberleri	Mutfak Okulları-Sınıfları	Teknoloji Platformları
Turizm Kurulları	Yiyecek İçecek Etkinlikleri	Ticaret Grupları
Konaklama	Satış Ofisleri	Kaynaklar
Ulaşım	Yiyecek İçecek İşletmeleri	Tüketiciler
	Dağıtım Kanalları	

Kaynak: World Food Travel 2023.

seyahat etme temelinde, trend olan yerel yemekleri tadımlamak, geleneksel üretimleri desteklemek ve bir bölgenin mutfak deneyimini temel alan kültürel miraslardan yararlanmak bulunmaktadır (World Food Travel 2023).

Gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilecek konulardan biri de UNESCO'dur. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), sürdürülebilir kentsel kalkınma için stratejik bir faktör olarak tanımlayan şehirlerle ve şehirler arasında işbirliğini teşvik etmek amacıyla 2004 yılında kurulmuştur. Yaratıcı şehirler ağı içerisinde bulunan temalardan biri de gastronomidir (UNESCO 2023). Uluslararası birçok destinasyon ile birlikte ulusal merkezler de bu ağ içerisinde yer almaktadır. Afyonkarahisar, Hatay, Gaziantep UNESCO Yaratıcı Şehirler listesinde (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu 2022). Gastronomi ile ilgili bir diğer konu coğrafi işaretli ürünlerdir. Türkiye sahip olduğu coğrafi özellikleri nedeniyle gastronomi ürünleri açısından oldukça zengindir. Gastronomi turistleri coğrafi işaretli ürünleri yerinde deneyimlemek isteyebilmektedir.

### Gastronomi Rehberliği

Gastronomi temalarını anlatabilmek, gastronomi turistlerine etkileyici deneyimler sunabilmek amacıyla turist rehberliğinde gastronomi rehberliği özel ilgi alanı bulunmaktadır. Gastronomi rehberliği uzmanlık alanı ile ilgili 2016 yılında Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası tarafından sertifika programı düzenlenmiştir. "Güneşin ve Ateşin Tadında Yolculuk" olarak sertifika programı adlandırılmıştır (Tureb 2023). Gastronomi Rehberliği belirli bir destinasyona ait yerel mutfak kültürünü turistlere bilgilendirme ve deneyimleme çerçevesinde şekillenmektedir (Başoda vd. 2018). Okech'e (2014) göre turistlerin en popüler üç turistik etkinlikleri arasında yemek yeme yer almaktadır. Ayrıca turistlerin %100'ü seyahatleri esnasında yiyecek içecek tüketmektedir. Türkiye coğrafyası içerisinde birçok mutfak kültürünün olması (Sümer, Troya, Hitit, Frig, Antik Yunan, Bizans, Selçuklu, Osmanlı, Mevlevi vb.) ve tanıtımının artırılması amacıyla gastronomi alanında uzman turist rehberlerine ihtiyaç duyulmaktadır (Akyurt Kurnaz ve Kurnaz 2019).

İyi bir gastronomi rehberinin sahip olması gereken belirli özellikler vardır (Akyurt Kurnaz ve Güzel 2022). Bu özellikler:

- Yerel kültür, yemek ve içecek bilgisine sahip olması,
- Ziyaret edilen bölgenin popüler kültürüne hakim olması,
- Turistlere tur dışında alışveriş yapabilecekleri güvenilir işletmelerin bilgisini sunması,
- Tur dışında gezebilecekleri yerlerin bilgisini sunması,
- Yemeğin yapılışı hakkında bilgi sahibi olması,
- Yiyecek üreticileriyle ilgili bilgi sahibi olması, şeklinde sıralanmaktadır.

Bu özelliklere ilave olarak Akyurt Kurnaz ve Kurnaz'ın (2019) çalışmasına göre iyi bir gastronomi rehberi;

- Yemek yapmayı sevmeli,
- Yiyecek ve içecek işletmelerinde ürünleri daha önce tatmalı,
- Yöresel pazar kültürünü tanımalı,
- Gastronomi uzmanlarından çevresi olmalı,
- Gastronomiyi akademik olarak öğrenmeli,
- Ürün pişirme tekniklerini bilmeli,
- Ürünlerin yetiştirilmesi ve hasat dönemlerini bilmeli,
- Ürünlerin servis ve sunum özelliklerini tanımalı,
- Turistlere anlatabileceği yemek hikayeleri, destanları, mitleri öğrenmeli,
- Uluslararası mutfak kültürlerini tanımalıdır.

Yapılacak olan gastronomi rehberliği araştırmaları ile turist rehberliği içerisindeki yeri daha net bir şekilde anlaşılacaktır.

### SONUÇ

Britannica'ya (2023) göre gastronomi; güzel yiyecekleri seçme, hazırlama, sunma ve tadını çıkarma sanatı olarak tanımlanmaktadır. Gastronominin temelinde yemek, kültür ve gelenek arasındaki ilişkilere bulunmaktadır. Bu ilişkileri merak eden turistler temelinde gastronomi olan seya-

hatleri gerçekleştirmektedir. Seyahatleri boyunca farklı tatlar arayan turistler olmaktadır. Bu tatlar yöresellik, kültürel unsurlar gibi etmenlerle birleştiğinde gastronomi turizmi olarak bir turizm türünün şekillendiğini de görmek mümkündür. Destinasyona ait gastronomi unsurlarının tanıtımını sağlayan gastronomi turizmi yıl boyunca yapılabilecek özel ilgiye hitap eden bir turizm türüdür. Yıl boyunca gerçekleştirilebilmesi nedeniyle destinasyona ekonomik gelişim açısından daimi fayda sağlayacak turizm çeşitlerinden biridir. Bu turizm türünün popülerliğini koruması nedeniyle ulusal ve uluslararası birçok gastronomi destinasyonu meydana gelmiştir.

Turistlere tur boyunca değerli bilgiler veren, turistleri yönlendiren, kültürel birikimi sunan, turistlerin eşsiz deneyimler yaşamalarını sağlayan turist rehberleri; ülke ve bölge tanıtımı açısından oldukça önemlidir. Sürekli iletişim halinde oldukları turistlere doğru bilgi aktarımı yapmak en temel görevleri arasında yer almaktadır. Çok farklı alanlarda turist rehberliği mesleğini devam ettirmek mümkündür. Ortaya çıkan özel ilgi turizm türleri doğrultusunda turist rehberliği mesleği kapsamında da uzmanlaşma söz konusu olmuştur. Gastronomi rehberliği sahip olunan gastronomi kültürünün aktarılmasında en temel basamak olmaktadır. Türkiye'nin gastronomi potansiyelinin çeşitliliği düşünüldüğünde gastronomi rehberliği gelecekte popüler ilgi alanlarından biri olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Akyurt Kurnaz, H. ve Kurnaz, A. (2019). Gastronomi Rehberliği Alanında Uzmanlaşma. İçinde Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Ed.), Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma (1. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Akyurt Kurnaz, H. ve Güzel, Ö. (2022). Gastronomi Rehberliği. İçinde H. Akyurt Kurnaz ve A. Kurnaz (Ed.), Gastronomi Rehberliği (1. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (3): 1809-1826.
- Britannica, T. Editors of Encyclopaedia. (2023, May 11). Gastronomy. Encyclopedia Britannica, <https://www.britannica.com/topic/gastronomy>, Erişim tarihi: 04 Eylül 2023.
- Okech, R. N. (2014) Developing Culinary Tourism: The Role of Food As A Cultural Heritage in Kenya. Proceedings of The Second International Conference on Global Business, Economics (ss.1-16), Finance and Social Science, Chennai, 11-13 Temmuz 2014.
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu (2022). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, <https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1>, Erişim tarihi: 30 Ağustos 2023.
- UNESCO (2023). <https://en.unesco.org/creative-cities/home>, Erişim tarihi: 30 Ağustos 2023.
- World Food Travel (2023). 2023 Annual Report: State of The Food and Beverage Tourism Industry, <https://www.worldfoodtravel.org/annual-industry-report> Erişim tarihi: 30 Ağustos 2023.
- Hande AKYURT KURNAZ  
Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, 14030, Gököy, Bolu.  
E-posta: handekurnaz@ibu.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-9712-6387



Hande AKYURT KURNAZ

Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksek Okulu Turizm Rehberliği ön lisans programını bitirdi (2005). Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi-Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Öğretmenliği'nden mezun oldu (2009). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yüksek lisansını (2013), Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda doktorasını tamamladı (2018). Araştırma görevlisi olarak Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde (2010-2012), öğretim görevlisi olarak Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Turizm Rehberliği programında görev yaptı (2012-2019). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak çalıştı (2019-2020). Halen aynı üniversitede Doçent Dr. olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm rehberliği ve gastronomidir.

## Farklı Dillerden Lisansüstü Tez İncelemeleri

Postgraduate Thesis Reviews in Different Languages

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

Kocaeli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### Anahtar sözcükler:

Eko-turizm, Uzay-zamansal davranış, Küresel Konumlandırma Sistemi (GPS), Tema parkları, Motivasyonlar.

### Key words:

Eco-tourism, Spatio-temporal behavior, Global Positioning System (GPS), Theme parks, Motivations.

### ÖZ

Çalışmada, Portekizce yayımlanan bir yüksek lisans tezi değerlendirilmektedir. Tez çalışmasında, bir biyoloji parkının Küresel Konumlandırma Sistemi (GPS) ile ziyaretçilerin hareketlerini akıllı telefon uygulamasıyla zaman, mekân ve konum olarak analiz edilmektedir. Ziyaretçinin mekânsal-zamansal davranışının analizinin yanı sıra, ziyaret sırasında yapılan hareketler ve geçirilen süre üzerinden de ziyaretin motivasyonları belirlenmiştir. Böylece, ziyaretçilerin mekânsal ve zamansal davranışlarının incelenmesiyle turistik mekânların daha akıllı bir şekilde yönetilmesi, pazar stratejilerinin geliştirilmesi ve daha iyi yönetilmesinde turizmde teknolojilerden yararlanılabileceğini ortaya koymaktadır.

### ABSTRACT

The study evaluates a master's thesis published in Portuguese. In the thesis, the Global Positioning System (GPS) of a biological park and the movements of visitors are analyzed in time, space and location with a smartphone application. In addition to the analysis of the spatio-temporal behavior of the visitor, the motivations of the visit were determined through the movements and time spent during the visit. Thus, by examining the spatial and temporal behavior of visitors, it reveals that technologies in tourism can be used to manage touristic places in a smarter way, develop market strategies and better manage them.

## GİRİŞ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin bu sayısından itibaren "Farklı Dillerden Lisansüstü Tez İncelemeleri" başlığını taşıyan bir bölüm ile sizlere merhaba diyoruz. Bu bölümde turizm literatürüne katkı yapan İngilizce ve Türkçe dışında farklı dillerde dünyada yayımlanan tezlerin tanıtılması amaçlanmaktadır.

Bölümün hazırlanmasında tezleri belirlemek için Proquest veri tabanı kullanılmıştır. Aramalarda son 12 ayda yayımlanan lisansüstü tezler incelemeye alınmış, aramada dil sınırlamasında İngilizce ve Türkçe kapsam dışında tutulmuştur. Çıkan tezlerin özetleri incelenerek, özellikle yöntem olarak farklı metodolojiye sahip çalışmalar tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, Portekizce yayımlanan bir yüksek lisans tezi bu sayıda incelenmek üzere belirlenmiştir.

## Vinhais Biyolojik Parkı Ziyaretçilerinin Mekânsal-Zamansal Davranışları

Bu bölümde tanıtacağımız lisansüstü çalışma Isabel de Fátima Cunha Rodrigues tarafından hazırlanan ve 2023 yılında Portekiz Polytechnic Institute of Bragança'da turizm pazarlaması alanında kabul edilen yüksek lisans tezidir.

Çalışmanın konusunu turistlerin mekânsal-zamansal davranışlarının incelenmesi oluşturmaktadır. Doğal, kültürel ve peyzaj kaynakları, turist deneyimine katkıda bulunan ve yerel toplulukların yaşam kalitesini artıran bir dizi boş zaman etkinliği sunmaktadır. Rodrigues, (2023) ziyaretçi hareketlerinin araştırılmasına yönelik çalışma sayısında artış olmasına rağmen, çalışmalar arasında tutarsızlıkların olduğunu ifade etmektedir. Portekiz'de önemli bir tabiat parkı olan Vinhais Doğal Tabiat Parkı'nda ziyaretçilerin mekânsal-



zamansal davranışlarını incelemektedir. Bu çalışmada, Vinhais Biyolojik Parkı'nın hedef kitlesini ortaya koymanın yanı sıra, mevcut cazibe merkezlerini veya yeni fikirleri iyileştirmek, bu parkın bir eko-turizm destinasyonu olarak daha verimli yönetimini sağlaması hedeflenmiştir.

*Tezin araştırma sorusu:* "Vinhais Biyolojik Parkı'nın ziyaretçisi kimlerden oluşmaktadır ve ziyaretçiler mekânda ve zamanda nasıl davranmaktadırlar", şeklinde belirlenmiştir.

*Genel amaç:* Vinhais Biyolojik Parkı'na gelen ziyaretçilerin niteliklerini ortaya koymaktır. Tezde belirlenen özel hedefler ise: 1. Ziyaretçilerin profilini analiz etmek; 2. Ziyaretçilerin park ziyaretleri sırasında yaptıkları hareketlerin coğrafi referanslanmasını ortaya koymak; 3. Park ziyaretçilerinin cazibe içi mekânsal-zamansal davranışlarını analiz etmek; 4. Ziyaretin nedenlerini belirlemek, 5. Ziyaretçi memnuniyetini değerlendirmek biçiminde açıklanmıştır (Rodrigues 2023: 52).

Tezde belirlenen bu amaçlara ulaşmak için Huang vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada olduğu gibi ziyaretçilere uygulanan anket ve ziyaret esnasında akıllı telefon uygulamasıyla ziyaretçilerin telefonları aracılığıyla hareketlerinin takibiyle veriler toplanmıştır.

Çalışmada kullanılan anketle ziyaretçilerin iç motivasyonları (itme faktörleri) ve parkta uygulanan faaliyetleri (çekme faktörleri) belirlemek için dört bölümden oluşan yapılandırılmış bir anket geliştirilmiştir. Anket, Portekizce, İngilizce ve İspanyolca dillerinde hazırlanmıştır. Ankete ek olarak, ziyaretçilerin Vinhais Biyolojik Parkı'nı nasıl keşfettiklerini anlamak için coğrafi referanslama yöntemiyle bir cep telefonu uygulaması da kullanılmıştır. En çok hangi alanların ziyaretçilerin dikkatlerini çektiği, hangi alanların ziyaretçiler tarafından ihmal edildiği gibi sorularda bu uygulamadan elde edilen bilgilerle yanıtlanmıştır. Küresel Konumlandırma Sistemi (GPS) uygulaması, sanal mağazalarda bulunması, kurulumu kolay ve hızlı olması, kayıt gerektirmemesi ve az bellek kaplaması şartlarını taşıyan uygulamalar içinden araştırmacı tarafından seçilmiştir (Rodrigues 2023: 53).

### Veri Toplama Araçları

Veriler, hayvan ve bitki toplama rotasına yapılan ziyaret sırasında katılımcıların anketi doldurmaları sağlanmıştır. Veri toplama, Ağustos- Aralık 2022 arasında, Vinhais Biyolojik Parkı'nın ziyaretçilerinin hayvan ve bitki parkuru ziyareti sırasında gerçekleşmiştir. Araştırmacı ziyaretçilere araştırmayı tanıtarak, onları araştırmaya katılmaya davet etmiştir. Ziyaretçilerden toplam 304 kişi anketle araştırmaya katılmıştır. Ankete yanıt veren 304 ziyaretçiden sadece 128'i cep telefonlarında mobil yazılım uygulamaları (APP) ile izleme yapmayı kabul etmiştir. Saha çalışması tez yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir. Ziyaretçilerin araştırmaya katılımını sağlamak için ödül sistemi de kullanılmıştır. Parkın resepsiyonunda ve çıkışta, ziyaretçilere anketi doldurmalarını hatırlatıcı uyarılar da gönderilmiştir. Ziyaretçilere ayrıca, online anket doldurma seçeneği de sunulmuştur. Park içerisine araştırmayı hatırlatıcı QR Kodları içeren bir ekranın bulunduğu farklı dillerde posterler de yer almıştır.

Çalışmada araştırmacı kullandığı Küresel Konumlandırma Sistemi'nin seçim sürecini de ayrıntılı olarak açıklamaktadır.

### Veri Analizi

Tez çalışmasında ziyaretçilerin mekânsal ve zamansal davranışlarının analizinde Açık Kaynak Kodlu Coğrafi Bilgi Sistemleri (QGIS) Uygulaması (QGIS 3.2.0) yazılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın GPS ile toplanan verilerin analizi aşamasında teknik sebepler (izlediği rota sadece 1 km üzerinde gerçekleşiyor, çok fazla bitki örtüsüne sahip küçük bir alan olduğu için GPS sinyalinin almayı zorlaşması gibi) ve ziyaretçilerin araştırmacının talimatlarına uymamaları nedeniyle 121 veriden mekânsal analiz yapılabilmektedir. Çalışma için, bilgilerin bir akıllı telefon uygulaması aracılığıyla GPS izleme yoluyla uzaklık, ziyaret süresi, hareket temposu, hız ortamı gibi değişkenlerle verilmiştir. GPS taramalarında elde edilen sonuçlarda ortalama olarak ziyaret süresi 71,80 dakika (yaklaşık 1 saat 10 dakika), medyan 69,95 dakika (1 saat 9 dakika) olarak bulunmuştur. Bu süre zarfında ziyaretçiler ortalama 20,47 dakika hareket halinde ve ortalama 53,34 dakika hareketsiz kalmışlardır.

Coğrafi referanslamada gün zaman olarak incelendiğinde, 88 iz analiz edilmiş, bunlardan 23'ü sabah, 65'i öğleden sonraya aittir. Ortalama olarak, sabah gösterimlerinin kat ettiği mesafe 1260 metre ve ziyaret süresi yaklaşık bir saat 25 dakika olarak bulunmuştur. Öğleden sonra ise ziyaret ortalama 1 saat 8 dakika ve kat edilen mesafe 1191 metredir. Öğleden sonra daha fazla iz toplanmasına rağmen, kat edilen mesafenin ve ziyaret süresinin sabaha göre daha kısa olduğu sonucuna varılmıştır (Rodrigues 2023: 61).

Ziyaretçilerin mekân-zamansal davranışlarına bakıldığında ortalama olarak ziyaretlerin süresi bir saat 10 dakika gerçekleşmiştir. Bu süre zarfında ziyaretçiler ortalama 20,47 dakika hareket halinde, ortalama 53,34 dakika ise hareketsiz kalmıştır. Kat edilen ortalama mesafe 1209,39 metredir. Takip edilen ziyaretçilerin hareketlerinde ise merkez caddede daha yoğun ziyaretçi yoğunluğu yaşandığı, merkez caddeden uzaklaştıkça, muhtemelen arazinin morfolojisi (daha dik rota) ve rotanın önceden tanımlanmış haritalamasındaki tabelalara ait olmaması nedeniyle hareketlerin yoğunluğu azalmaktadır (Rodrigues 2023: 65).

## DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, turizm alanında Portekizce yayımlanan bir yüksek lisans tezini inceledik. Hızlı gelişim ve değişiminin yaşandığı teknoloji alanındaki olgulardan günümüzde bilimsel çalışmaların me-

todolojilerinde de yararlanmak mümkündür. Teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı bu yüksek lisans tez çalışmasında özellikle yöntem bölümünü ayrıntılı olarak ele almaya çalıştım. Yüksek lisans tezinde, bir biyoloji parkının ziyaretçilerine uyguladığı anket tekniğine ek olarak, ziyaretçilerin mekânsal ve zamansal davranışlarını Küresel Konumlandırma Sistemi (GPS) yardımıyla ölçmektedir. Böylece, turistik bir mekânda ziyaretçilerin rotalar arasında erişim süresini, alanlarda geçirilen süre ve ilgi gösterilmeyen alanların tespit edilmesi mümkün olmuştur. Çalışmada kullanılan yöntemin turizm ve turizmle ilgili alanlarda çalışmalar yapacaklara yön verecek bir içerikte olduğunu düşünüyorum.

## KAYNAKÇA

- Huang, X., Li, M., Zhang, J., Zhang, L., Zhang, H. ve Yan, S. (2020). Tourists' Spatial-temporal Behavior Patterns in Theme Parks: A Case Study of Ocean Park Hong Kong, *Journal of Destination Marketing and Management*, 15 (3):1-10
- Rodrigues, I. D. F. C. (2023). O comportamento espaciotemporal do visitante do Parque Biológico de Vinhais. (Basilmamış Yüksek Lisans Tezi). Portekiz: Polytechnic Institute of Bragança.

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ\*

\*Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 41080 Kartepel Kocaeli.

E-posta: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8848-7014



Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1996). Yüksek lisans derecesini Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan (2000), doktora derecesini de Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2006). Adnan Menderes Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1996). Doçentlik unvanını turizm alanında aldı (2017). Halen Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır.

## Gastronomi Hikayeleri

### Gastronomy Stories

Yazar: Esranur ÖZDEMİR

İstanbul: KDY, 2023 (1. Basım), 114sayfa.

ISBN: 978-975-44955-2-2



**Esranur ÖZDEMİR**

İstanbul Gelişim Üniversitesi  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

#### Anahtar sözcükler:

Gastronomi Hikayeleri, Çocuk kitabı, sürdürülebilirlik, gastronomi, yemek bilimi

#### Key words:

Gastronomy Tales, childrens book, sustainability, gastronomy, food science

#### ÖZ

'Çocuklara Gastronomi Dünyasını Keşfettiren Bir Başyapıt: Gastronomi Hikayeleri'

Esranur Özdemir'in 'Gastronomi Hikayeleri' adlı kitabı, gastronomi alanında çığır açan bir eserdir. Kitap, çocuklara yemek kültürü, sağlıklı beslenme, sürdürülebilirlik konularında eğlendirici yaklaşımın yanında öğretici bir yaklaşımla bu konulara değinir. Her hikaye, mutfak dünyasını keşfetmelerini sağlamaktadır. Ayrıca kitap, sürdürülebilirlik ve gelecek için sorumluluk alma konularında da bilinç kazandırmaktadır.

#### ABSTRACT

"A Masterpiece Introducing Children to the World of Gastronomy: Gastronomy Stories"

Esranur Özdemir's book "Gastronomy Stories" is a groundbreaking work in the field of gastronomy. The book provides an entertaining and educational approach to topics such as food culture, healthy eating, and sustainability for children. Each story allows them to explore the world of the kitchen. Moreover, the book also instills awareness of sustainability and responsibility for the future.

## GİRİŞ

İlk baskısı 2023 yılında, KDY' tan çıkan "Gastronomi Hikayeleri" kitabı gastronomi alanında yazılan ilk hikaye kitabı olma özelliği ile öne çıkmaktadır. Yazar Esranur ÖZDEMİR, ilk eseri olan bu kitap ile okuyuculara farklı bir dünya yaratmaktadır. ÖZDEMİR, kitap üzerinde çalışırken "Gastronomi Hikayeleri" kitabıyla, çocuklara yemek kültürü ve sağlıklı beslenme hakkında bilgi veren bir yaklaşım sunmayı hedeflemektedir. Çocukların hayal güçlerini kullanarak, yemeklerin hazırlan-

ma süreçlerini ve sağlık yararlarını öğrenmelerini sağlayacak bir yolculuğa çıkarmaktadır.

Kitaptaki hikayeler, çocukların mutfak dünyasını keşfetmelerini sağlayacak. Yemek pişirme süreçlerini merak eden ve yeni tatlar denemekten keyif alan çocuklar için bu kitap, büyük bir heyecanla karşılanacaktır. Hikayelerin yanı sıra, kitapta yer alan bilgiler çocukların sağlıklı beslenme alışkanlıklarını kazanmalarına da yardımcı olacaktır. Böylece, yemek yemek, sadece bir zorunluluk değil, aynı zamanda keyifli bir deneyim haline gelecektir. Bu kitap, çocuklara gastronomi

dünyasının kapılarını aralayarak onları eğlenceli bir öğrenme yolculuğuna çıkaracaktır. Yazar, mink şeflere yemeklerin büyüdü dünyasında keyifli bir macera yaşatmayı hedeflemektedir.

Uzmanlığı gastronomi alanında olan ve bir gastronomi evreni oluşturarak okuyucularda bir bilinç oluşturmayı amaçlayan Esranur Özdemir, bir yandan da okuyucuları bazı sorularla başbaşa bırakmaktadır. Esranur Özdemir'in yaklaşımıyla "Gastronomi Hikayeleri" kitabı, sadece çocukları değil, yetişkinleri de yemeğe ve gıdaya farklı bir bakış açısıyla yönlendirmeyi hedefliyor. Süreklilik ve sürdürülebilirlik kavramlarını işleyerek, insanların gelecekteki yeme-içme alışkanlıklarının ve gıda tüketimlerinin nasıl şekillenebileceğini sorguluyor.

La Fonten tarzı hikayeciliği, gastronomik unsurlarla birleştirerek, okuyucuları eğlenceli ve öğretici bir yolculuğa çıkarıyor. Bu hikayeler, sadece yemek pişirme süreçlerini ve gıdaların hazırlanma aşamalarını anlatmakla kalmıyor, aynı zamanda sürdürülebilir bir geleceğin önemine vurgu yapıyor.

Özdemir, eserinde yemek kültürünün sadece doyurucu bir ihtiyaç olmadığını, aynı zamanda gıdanın korunması ve israfın önlenmesi gerektiğini de vurguluyor. Bu noktada, yazarın verdiği mesaj, insanların sadece bugünü değil, gelecek nesilleri de düşünmeleri gerektiği yönünde.

Hikayeler aracılığıyla sunulan mesajlar, okuyucuların vicdani kaygılarını harekete geçirerek, gıda tüketim alışkanlıklarını gözden geçirmelerini sağlıyor. Böylelikle, sadece lezzetli yemeklerin peşinden koşmanın ötesine geçilerek, gıdanın kaynaklarının korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması gerektiği fikri pekiştiriliyor.

### Zevklerin Sonu: İnsanlar ve Dünyanın Kaderi

Bir zamanlar, dünya üzerinde insanlar vardı. İnsanlar, lezzetlerin peşinde koşan ve zevkler için yaşayan yaratıklardı. Onlar için hayat, lezzetli yemeklerin tadını çıkarmak, mükemmel şaraplarla kadeh kaldırmak ve türlü hazların peşinden gitmekti.

Gastronomi dünyasının büyüdü yolculuğunda insanlar, her gün yeni tatlar keşfetmek için resto-

ranlara, sokak stantlarına ve pazarlara akın ederdiler. Onlar için en önemli şey, tat alma duyularını şımartmak ve damaklarını şenlendirmektir. Ancak bu zevklerin peşinde koşarken, insanlar dünyanın sonunu getirecek bir yola girmekteydi.

Dünya, insanların zevklerini tatmin etmek için kullanılan kaynaklara dayanıyordu. Doğal kaynaklar tükeniyor, ormanlar yok oluyor ve tarım alanları betonlaşmış şehirlerin altında kayboluyordu. İnsanlar, lezzetlerle doyurulmak için doğayı sömürüyor ve çevreyi tahrip ediyordu. Ancak bu sürekli tüketim, bir bedelle gelmekteydi.

İnsanlar, tükenen kaynaklar ve artan çevresel felaketlerle yüzleşmeye başladılar. İklim değişikliği, erozyon, su kıtlığı ve habitat kaybı gibi sorunlar, dünyayı tehdit etmeye başladı. Zevklerinin peşinde koşarken, insanlar gelecek nesiller için bir felaketi hazırlamaktaydı.

Sonunda, insanlar zevklerinin sonunu görmek zorunda kaldılar. Gıda kaynakları tükenmeye başladı, tarım verimleri düştü ve açlık yayıldı. İnsanlar, bir zamanlar lezzetlerin peşinde koşarken, şimdi açlıkla boğuşuyordu. Dünyanın ekosistemi çöküyordu ve yaşamın dengesi bozulmuştu.

İnsanlar, zevklerinin sonunda kendilerini bulduklarında pişmanlık duydu. Artık geri dönüş yoktu ve dünyanın sonu gelmişti. Zevkler için tüketim çılgınlığı, insanlığın kendi sonunu hazırladığı bir tuzağa dönüşmüştü.

Bu hikâyeye bize şunu hatırlatıyor: Zevklerimiz için yaşarken, doğayı ve gelecek nesilleri unutmamalıyız. Lezzetlerin tadını çıkarırken, sürdürülebilirlik ve doğal kaynakların korunması gereklidir. Aksi takdirde, zevklerimizin sonu gelirken, dünyanın sonunu da getirmiş olabiliriz. Dünyamızı korumak, gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak için sorumluluklarımızı unutmamalıyız (Özdemir 2023: 9).

### DEĞERLENDİRME

Esranur Özdemir'in "Gastronomi Hikayeleri" kitabı, sadece bir eğlence aracı değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve gelecek için sorumluluk alma konularında okuyucuları bilinçlendiren bir eser olarak öne çıkıyor. Bu kitap, gastronomi



dünyasına ve gıda tüketimine dair yeni bir bakış açısı sunarak, okuyucularını düşündürmeye ve harekete geçmeye teşvik ediyor. Özdemir, eserinde yemek kültürünün sadece bir ihtiyaç olmadığını, aynı zamanda gıdanın korunmasını ve israfın önlenmesi gerektiği ile birlikte gelecek için sürdürülebilir bir gıda zinciri oluşturmayı hedeflemektedir. Hikayeleri aracılığı ile alt metni vererek hikayelerin sonunda verilmek istenen mesajı minik okuyucularına uyarı niteliğinde kısa ve açık bir şekilde veriyor. Sadece çocuklar için değil yetişkinlerinde okuyup ders çıkarabileceği nitelikte hikayelerden oluşan bu kitap okumaya değerdir.

## KAYNAKÇA

Özdemir, E. (2023). *Gastronomi Hikayeleri* (1. Basım). İstanbul: KDY.

Esranur ÖZDEMİR

Yüksek Lisans Öğrencisi

İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Cihangir, Duygu Sk. No: 2, 34310, Avcılar, İstanbul.

E- posta: esranur641@outlook.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4515-0272>



Esranur ÖZDEMİR

İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi/ Yüksekokulu'ndan (Gastronomi) mezun oldu (2021). Yüksek lisansını İstanbul Gelişim Üniversitesi'nden Gastronomi dalında (2024) yapmaktadır. Temel çalışma alanları, gastronomide süt ürünleri, uzayda beslenme, gastronomi edebiyatıdır.



## ETKİNLİK NOTLARI

Editör: Çağdaş AYDIN  
E-posta: aydincagdass@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 35, Sayı 1, Bahar: 139 - 140, 2024  
Copyright © 2024 anatolia  
Bütün hakları saklıdır  
ISSN: 1300-4220 (1990-2023)  
<https://doi.org/10.17123/atad.1513173>

## Hocaların Hocası Ancak Böyle Anılır, Böyle Anımsatılırdı: Prof. Dr. Hasan Işın DENER Bilim Sempozyumu

*This is The Only Way A Professor of Professors is Commemorated and Remembered: Prof. Dr. Hasan Işın DENER Science Symposium*

**Mustafa KIRCA**

Ordu Üniversitesi  
Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

### Anahtar sözcükler:

Prof. Dr. Hasan Işın Dener, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

### ÖZ

Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü ile Anatolia Turizm Akademisi'nin ortaklaşa düzenlediği Prof. Dr. Hasan Işın DENER Bilim Sempozyumu, 18 Nisan 2024'te Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde gerçekleşti. "Turizm" ve "işletme" alanlarında çeşitli bildirilerin sunulduğu bu sempozyuma, hocamızın ailesinin yanı sıra öğrencileri, öğrencilerinin öğrencileri, meslektaşları ve danışmanı olduğu tez öğrencileri katıldı. Sempozyum her yönüyle hocamızın vizyonunu, bilimsel yaklaşımını ve anılarını bizlere anımsattı.

### Key words:

Prof. Dr. Hasan Işın Dener, Hacettepe University, Ankara.

### ABSTRACT

Prof. Dr. Hasan Işın DENER Scientific Symposium, organized jointly by Hacettepe University Department of Business Administration and Anatolia Tourism Academy, was held on 18 April 2024 at Hacettepe University Beytepe Campus, Faculty of Economics and Administrative Sciences. This symposium, where various papers were presented in the fields of "tourism" and "business administration", was attended by our professor's family, as well as his undergraduate and graduate students, students of his students, and his colleagues. With the help of symposium, we remembered him, his vision, and his scientific approach in every aspect.

Tüm dünyayı sarsan Covid-19 salgın hastalığı dönemine denk gelen 19 Nisan 2020'de kaybettiğimiz, hocamız Prof. Dr. Hasan Işın DENER anısına düzenlenen bilim sempozyumuna hocamızın eşi, kızları, damadı, torunu, öğrencileri, öğrencilerinin öğrencileri, meslektaşları ve danışanı olduğu tez öğrencilerinden oluşan geniş bir kitle katılım göstermiştir. Sempozyum, Açılış Konuşması, Video Gösterisi, Hocamızın anıldığı ve araştırma bildiri-lerinin sunulduğu oturumlardan oluştu.

Sempozyumun açılış konuşmasını Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölüm Başkanı Prof. Dr. Mustafa KILIÇ yaptı. Açılış konuşmasının ardından "Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması" kapsamında kayda alınmış Hasan hocamıza ait video izletildi. Bu sayede tüm katılımcılar onun varlığını yeniden hissetti. Video gösterisinin ardından sıra Hasan hocamızın yakın çalışma arkadaşlarının

anılarını anlattığı oturumlarına geldi. Bu kapsamda "Öğrencilerinin Gözüyle Prof. Dr. Hasan Işın DENER," "Meslektaşlarının Gözüyle Prof. Dr. Hasan Işın DENER" ve "Tez Danışmanı Olarak Prof. Dr. Hasan Işın DENER" oturumları gerçekleştirildi. Bu oturumlarda anlatılan anılar abartısız her katılımcıya; bir bilim insanı, bir meslektaş, bir hoca, bir baba ve bir yakın dost nasıl olunuru anımsattı. Sevmenin-sevilmenin, saygı göstermek ile saygı gösterilmenin, değer vermek ile değer verilmenin ve en önemlisi de dürüst ve çalışkan olmanın ne anlama geldiğini, nelere kadir olduğunu bir daha gösterdi. Herhalde bir bilim insanı için bundan daha güzel anımsanma biçimi olamazdı. Bu oturumlarda Hasan hocamızın, öğrencilerine, meslektaşlarına yönelik fedakârlığı, diğerkâmlığı, insanlara olan saygısı, literatüründe hayır kelimesinin olmadığı, yardımseverliği anlatıldı. Bunların yanı sıra hocamızın nüktedanlığı, çok yönlülüğü, Türkçe'ye

ve yabancı dillere olan hakimiyeti, insan sevgisi, hep gülümsemesi, istatistik ve ekonometri gibi zor dersleri bile sevdirecek öğretim yeteneğine sahip olması, sevecenliği ve mesleğine adanmışıyla derslerine doyumadığı, tez öğrencileriyle birlikte teze kendi tezi gibi sahiplenmesi, alanına sağladığı katkıları, hafızası, muhakeme gücünün yüksekliği, alanındaki tüm literatüre hakimiyeti ve diğer alanlarda da yüksek bilgi birikimine sahip olmasıyla sanki bir ayaklı kütüphane olması, sanata ve bilimin her alanına duyduğu ilgisi ve birikimi gibi özellikleri bir daha anımsatıldı. Bütün bu anlatılanlarla adeta eğitimin sadece kürsüden ibaret olmadığı bir daha bizlere anımsatıldı. Her katılımcı bu sayede, “nasıl akademisyen olunmalıdır?” sorusunun yanıtını da almış oldu. Çünkü Hasan hocamız yaptığı çalışmalarla işletme, turizm, iktisat, ekonometri gibi birçok alana sadece katkı yapmakla kalmamış, bu alanlarda da birçok akademisyene katkıda bulunmuştur.

Duygusal anların yaşandığı bu oturumlardan sonra bilimsel çalışmaların sunulduğu oturumlara geçilmiştir. Bu kapsamda “turizm” ve “işletme” başlıkları altında araştırma bildirileri sunulmuştur. “Turizm” alanında sekiz, “İşletme” alanında ise beş araştırma bildirisi sunulmuştur. Turizm başlığı altında, turizm ekonomisi, oyun teorisi ve turizm, sürdürülebilir turizm ve turist davranışları, müze küratörlüğü, kültürel miras, turizmde emek konulu çalışmaların bibliyometrik analizi, yalnız kadın gezginler konusunda araştırma bildirileri sunulmuştur.

Turizm araştırma bildirilerinin ardından, bibliyograf sayın Bülent Ağaoğlu tarafından “*Bibliyografyanın Önemine Dair Yeni Bir Bakış Açısı (Vizyon) İhtiyacı*” adlı konferans verilmiştir. Ağaoğlu, Hasan hocanın manevi desteğiyle güç bulan bibliyografya

tutkusunun 49 yıldır devam ettiğini belirterek, bu alanın ne kadar önemli bir alan olduğunu tarihsel örneklerle ortaya koymuştur.

Konferansın ardından “işletme” konulu araştırma bildirileri sunulmuştur. Bu kapsamda ekonomi alanına giren bir enflasyon çalışması, dijital dönüşüm ve teknoloji, sürdürülebilir tüketim, kültürel uyum gibi konular araştırma bildirisi olarak sunulmuştur. Sunulan bu araştırma bildirilerinin alanlarına önemli katkılarının olduğu aşikardır. Ayrıca, Hasan hocamız adına yapılan bu sempozyumda, hocamızın uzmanlık alanında sunumlar yapılması, sempozyuma ayrıca renk ve anlam katmıştır.

Sempozyumda son olarak, Hasan hocamızın kızları ve eşi konuşma yapmıştır. Konuşmalarında; Hasan Hoca için yapılan bu etkinliğin kendileri ve öğrencileri için ne kadar önemli olduğunu belirtmişlerdir. Aile yaşamında da örnek bir eş ve baba olduğunu bir daha anımsatmışlardır.

Bu sempozyuma emeği geçen herkese teşekkür etmeyi bir borç biliyorum. Özellikle de Hasan hocamızı, hocamızın da arzu edeceği gibi bilimsel bir etkinlikte anmamıza vesile olan Prof. Dr. Nazmi KOZAK ve Dr. Öğr. Üyesi Onur KOYUNCU hocalarımıza da teşekkür etmek istiyorum. Onlar akademide vefanın ne olduğunu bu sempozyumu düzenleyerek çok iyi bir şekilde anlatıp, gösterdiler. Arzum ve dileğim Prof. Dr. Hasan Işın DENER hocamız gibi anılmak ve vefalı öğrenciler geride bırakmak...

Mustafa KIRCA

Doç. Dr., Ordu Üniversitesi, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, 52300, Ünye, Ordu.

E-posta: mustafakirca52@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5630-7525



Mustafa KIRCA

Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü mezunudur. (2008). Yüksek lisans derecesini Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı'ndan (2011), doktora derecesini ise Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan (2017) aldı. Makro iktisat (büyüme, istihdam, enflasyon), turizm ekonomisi, ekonometri gibi alanlarda çalışmalar yapan yazar doçentlik unvanını Makro İktisat Bilim Dalı'nda aldı (2021). Halen Ordu Üniversitesi, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İktisat Politikası Anabilim Dalı'nda görev yapmaktadır.

*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, altışar aylık dnemelerde (Bahar ve Gz) yayınlanır ve merkezi, Ankara'dır. Dergide turizm ve ilgili/ilifskili durumları ilgilendiren konularda hazırlanmış makaleler yayımlanır. Derginin yayıncısı, editörü ve editörler kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilececek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp, dergide yer alan makale ve yazarların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Dergiyeye, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Şeklinde atıf yapılmalıdır.

*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin yayın politikası; uygulamalı ve derleme türü (meta-analiz çalışmaları model nerileri olėu sunuları ve tartişmalar vb.) alışmaları yayımlamak ve turizm literatürünün geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Dergiye 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:** Dergiye yayımlanması amacıyla önerilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirmeye tabi tutulur hakemlerin önerilerine dikkate alınır ve istenilen düzeltmelerin yerine getirilmesi koşuluyla yayımlanır. İstenilen Őablona 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) ncelikle 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) rneği makalenin dergiye önerilmesi aşamasında gönderilmelidir.

#### MAKALELERİN GöNDERİLECEğİ ADRES:

Doç. Dr. ağıl 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 nerme:** Dergiye 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 baŐlıėın makalenin amacını ve sınırlarını tam olarak anlatabilen bir içerikte olmasına dikkat edilmelidir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmasına dikkat edilmektedir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmasına dikkat edilerek makalede anlatılan çalışmayı içermesi sağlanmalıdır. BaŐlıėın; sekiz sözcüğü ya da boşluklar dahil 50 karakteri geçmemesine zen gösterilmelidir.

**Z:** 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. z, en az 140, en fazla 150 sözcüğü geçmeyecek Şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak zn 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 baŐlayıp 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 btnlikli 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 zen 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 ereve 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 alışmalar 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, Őimdiye kadar yapılan açıklamaların işiğinde 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 araştırma tekniklerinden biri ile gerçekleştirilmiş ise seçilen örnekleme tekniği ve bu tekniğin tercih edilme nedenleri açıklanır. Çalışma, "toplubakiŐ 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 araştırma teknikleri ile derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz eşitimin 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 işiğinde veriler incelenir ve yorumlanır. Bulguların hipoteze uygunluğu değerlendirilir. Sunum biçimi; tablo, grafik veya Őekillerden 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'yı aşmamalıdır. Bu sayıyı aşan ve yer verilmesinin çalışmanın eksik aıklanacağıının dşnldğu durumlarda, makaleyi dergiye 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 doğrusunda hazırlandığında diğer araştırmacılara yol gösterici olacağı da kuşkusuzdur.

**TEŞEKKÜR:** Bu bölümde; yazar/lar çalışmanın hazırlanması sürecinde yardım almış oldukları kişilere; çalışmaya parasal destek sağlayan kişi kurum ya da kuruluşlara; ya da verilerin kullanılmasına izin veren kişi kurum ya da kuruluşlara teşekkür edebilir. Bu not çalışma metninin bitiminde ama referanslardan önceki kısımda yer almalıdır.

**DİĞER BİLGİLER:** Ek olarak gönderilen bir makalenin sağlıklı bir hakem denetiminden geçmesi ve “makale değerlendirme” aşamasının kısa sürede sonuçlanması için makale dilinin Türkçe kuralları ile bilimsel anlatım standartlarına uygun ve yapılan görgül çalışmaların sonuçları güvenilir olmalıdır. Bu konuda gerekiyorsa uzman akademisyenlerden yardım alınmalıdır. Makalede toplam sözcük sayısının 5000’den fazla olmamasına özen gösterilmelidir (ana metin referanslar ve tablo-şekiller dahil). Yazılarda Türk Dil Derneği’nin yazım kılavuzu temel alınmalı yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. Konu ile ilgili uluslararası literatürde yer edinmiş teknik kavramların metin içinde yer aldığı ilk yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilmelidir.

**REFERANS VERME:** Sadece metin içerisinde belirtilen çalışmalara ‘kaynakça’ kısmında yer verilmelidir. Bu bölümde eksik (metinde belirtilmiş ancak ‘kaynakça’ kısmında yer almayan) ya da fazla (metin içerisinde belirtilmemiş ancak ‘kaynakça’ kısmında yer alan) kaynak isimlerine yer verilmemesine özen gösterilmelidir. Kaynaklar yazarların soyadına göre alfabetik sıra ile verilmelidir. Türkçe ile yabancı kaynaklar ya da makaleler ile kitaplar için ayrı bir sınıflandırma yapmadan tek bir liste oluşturulmalıdır.

**Metin içerisinde:** İlgili çalışmalara yapılacak atıflarda yazarların soyadları ve yayın tarihi kullanılır. Örneğin;

Dener (1996) ...

Dener’e (1996) göre....

Uysal ve Crompton (1985)....

Uysal ve Crompton’a (1985) göre....

Yazar sayısı üçten fazla olan eserlere metin içerisinde yapılacak atıflarda sadece ilk yazarın soyadı yazılarak sonrakiler (vd) şeklinde belirtilecektir. Örneğin;

Timur vd. (2000) ....

Timur ve arkadaşları (2000) ... ..

(Timur vd. 2000). ....

(Timur ve arkadaşları 2000).

Parantez içerisinde cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyor ise, kaynaklar yayın tarihi sırasına göre verilmelidir (en eskiden en yeniye doğru). Örneğin;

(Dener 1996; Uysal 1998; Morrison 2002) gibi.

**KAYNAKÇA DÜZENİ:** Atıf yapılan bütün kaynaklar cilt, sayı ve sayfa numarasının tümünü kapsmalıdır. Kaynakların listesine çalışmanın sonunda ve aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi yazarların soyadı sırasına göre yer verilmelidir. Kaynakça bölümünde yer alacak kaynak sayısı en az 20 en fazla 40 olmalıdır. Daha az veya daha fazla sayıda kaynak gösterenlerin çalışmaları değerlendirilmeye alınmayacaktır.

#### Sürelili Yayınlar / Dergiler:

Yücelt U. ve Marcella M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: An Empirical Investigation, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 32- 38.

#### Kitaplar:

Witt E. S. ve Witt C. A. (1992). *Modelling and Forecasting in Tourism*. Londra: Academic Press.

#### Kitap Bölümleri:

Uysal M. ve Hagan L. A. R. (1992). Motivations of Pleasure Travel and Tourism. İçinde; M. Khan M. Olsen ve T. Var (Editörler) *VNRs Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (ss. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.

#### Tez Çalışmaları:

Timur A. (1978). Turizm Fiyat Enflasyon İlişkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi.

#### İnternetteki Makaleler:

Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association. (19 Kasım 1999). Washington DC: American Psychological Association <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinden alınmıştır (Ziyaret tarihi: 13.11.2016).

İnternette diğer tür doküman ve bilgilere atıfta bulunulması durumunda <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinde yer alan Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association başlığı altındaki açıklamalar dikkate alınmalıdır.

**Kaynakça gösterme ile ilgili dikkat edilmesi gereken bazı konular:** a) Yayınlar için kent ismi verilecek ise, ilgili kentin Türkçe yazılışına yer veriniz (London yerine Londra gibi). b) Basım sayıları için de Türkçe açıklamaya yer veriniz (First Edition yerine Birinci Baskı gibi). c) Kitaplar içerisinde yer alan bölüm yazıları için “in” yerine “içinde” yazınız. d) Lütfen kaynak gösterimindeki ayrıntılara dikkat ediniz.

**TABLO ŞEKİL VE FOTOĞRAFLAR:** Makale ile ilgili diğer bütün ekler özenle hazırlanmalı ve metin içerisinde yer almalıdır. Tablolar ana metine atıf yapılmadan anlaşılır bir şekilde olmalı tablo başlığının yanı sıra kolonlar için de başlık verilmelidir. Çok uzun ya da çok geniş tablolardan kaçınılmalıdır. Bir makale 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 özenilmesinde; “intihal”, “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 ....., .....’dır.