

Turizm Potansiyeli Olan Bölgelerde Toplumsal Kapasite Algısı: Adıyaman Örneği*

Perception of Community Capacity in Potential Tourism Regions: Case of Adıyaman

İbrahim Yılmaz, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye, iyilmaz@nevsehir.edu.tr
Caner Çalışkan, Adıyaman Üniversitesi, Türkiye, caner.caliskan@hotmail.com

Öz: Toplumsal kapasite, bir toplumun gelişme eğilimini sorgulayan sosyolojik bir kavramdır. Bu kavram çok faktörlü bir araç olarak özellikle turizm potansiyelinden yeterince faydalanmak isteyen bölgeler açısından önemli rol oynamaktadır. Araştırmanın amacı; turizm potansiyeline sahip olan Adıyaman'da yerel halkın bakış açısıyla toplumsal kapasitenin ölçülmesidir. Bu amaçla, il merkezinde yaşayan yöre halkından 458 kişiye yargısal örnekleme yoluyla anket uygulanmıştır. Uygulama sonuçlarına göre, yerel halk toplumsal kapasiteyi "yerel yönetim ve ortaklık", "yerel yatırım", genç nüfusun adaptasyonu" ve "girişimcilik" olmak üzere dört faktörlü bir yapı olarak değerlendirmektedir. Yerel halkın genel itibarıyla Adıyaman'ın toplumsal kapasitesine (dört faktöre ilişkin) ilişkin algılarının düşük düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Yerel halk özellikle Adıyamanlı iş adamlarının kentte gerekli yatırımları yapmadığını, kentteki girişimci sayısının yetersiz olduğunu, gençlerin gelişmesi için kentteki eğitim, spor gibi imkânların yeterli olmadığını ve genç nüfusun yeterince desteklenmediğini düşünmektedir. Bu bulgular ışığında, Adıyaman turizminde gerekli ivmenin yakalanabilmesi için son derece önemli olan toplumsal kapasitenin geliştirilmesine yönelik bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Toplumsal Kapasite, Adıyaman.

Abstract: Community capacity is a sociological concept that questioning the development tendency of any society. This concept as a multifactorial tool plays an important role for regions so as to make benefit of their tourism potentials. The aim of this study is to measure of community capacity of Adıyaman from the viewpoint of local people. In this respect authors conducted a questionnaire of 458 local people living in city center of whom were selected by judgement sampling. Depending on research results, local people evaluate the community capacity as four factors of "local governance and ownership", "local investment", adaptation of young people" and "entrepreneurship". It is possible to say that, locals have low level of perception regarding community capacity (in all factors). According to locals, there is lack of investments because of inadequate ownership of businessmen in Adıyaman, youth population is not supported and there is not enough sufficient facilities such as sporting, educational etc. to youth development. In light of these findings, some proposals have been made for the development of community capacity which is extremely important in order to achieve the necessary acceleration for tourism in Adıyaman.

Keywords: Tourism, Community Capacity, Adıyaman.

1.Giriş

Turizmin gerek teorik gerekse pratik düzlemde beliren evrensel gerçeği insandır. Bu durum, turizmi sadece ekonomik bir faaliyet olmaktan uzaklaştırmakta ve kökleri toplumsal uçlara uzanan bir araştırma alanı haline getirmektedir. Nitekim hangi alan veya disipline ait olursa olsun yapılan araştırmaları besleyen ana unsur bizzat toplumun kendisidir. Bu anlamıyla herhangi bir bölgeyi oluşturan ve ortak bir kültür kimliği taşıyan toplum; ortak sorunlara ortak çözümler üreten sosyal bir birimdir (Dynes 1998).

Toplum olgusundan hareketle toplumsal kapasite kısaca, bir bölgenin herhangi bir gelişme alanında sergilediği toplumsal yeterlilikler olarak ifade edilebilir. Bu yeterlilikler ekonomik, sosyal ve kültürel alanlara uzanan bir kapsama sahipken aynı zamanda turizm gelişiminin stratejik bir değişkenidir. Son yıllarda sağlık, eğitim ve tarım başta olmak üzere çoğu disiplinin araştırma konusu olan toplumsal kapasite kavramının günümüzde birçok olay ve olgunun hareket zemini olduğu görülmektedir. Bu duruma atfen, turizm gibi farklı toplumsal konulara temas eden bir sistemin ilgili zeminde ele alınmasının, alanyazında görülen boşluk noktasında önemli bir katma değer sağlayacağı düşünülmektedir.

Diğer yandan turizm potansiyeli olan bazı bölgelerde, bu potansiyelden yeterince yararlanılmadığı görülmektedir. Bu bölgelerde turizm potansiyelinin somut düzleme taşınarak bir çıktı oluşturması ve böylece turizm gelişiminde itici bir güce dönüşmesi son derece önemlidir. Bu kapsamda alanyazında yatırım, eğitim, toplumsal katılım, nitelikli yönetim vb. unsurlar birer çözüm aracı olarak sunulurken söz konusu unsurları aynı çatı altında toplayan toplumsal kapasite kavramının yeterince ele alınmadığı görülmektedir.

* Bu çalışma, doktora tezinden üretilmiştir.

Adıyaman özeline bakıldığında, ilin turizm açısından önemli bir potansiyel barındırdığı ancak bunu etkin olarak kullanamadığı gözlemlenmektedir. Bunun nedenlerinden biri de ilin toplumsal kapasite düzeyinin turizm gelişimi için yeterli olmaması olabilir. Dolayısıyla, Adıyaman turizminde gerekli ivmenin yakalanabilmesinde önemli bir faktör olan toplumsal kapasite düzeyinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu düşünce ile araştırmada Adıyaman'ın toplumsal kapasitesi turizm sistemindeki önemli paydaşlardan biri olan yöre halkının bakış açısıyla ölçülmüştür.

2. Toplumsal Kapasite ve Turizm Alanındaki Çalışmalar

Toplumsal kapasite, toplumu ilgilendiren sorunların yine toplumsal dinamikler üzerinden çözümünü öngören geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Chaskin vd. 2001). Toplumsal kapasite, gücünü toplumdan alan ve bu gücü yine toplumsal gelişme üzerine uyarlayan bir döngüye sahiptir (Sznycer-Taub 2009). Bu özelliğiyle toplumsal kapasite, bir bölgenin gelişme karakterini ortaya koyan sosyal bir güç ya da istek olarak tanımlanabilir (Gursoy, Jurowski ve Uysal 2002). Toplumsal kapasitenin sınırları bir bölgeyi meydana getiren bireylere, gruplara, kurumlara ve en nihayetinde toplumun kendisine değin uzanmaktadır. Bu bağlamda toplumsal kapasiteyi sistemleştiren unsurların bölgesel bir organizasyon içinde şekillendiği görülmektedir (Gibbon, Labonte ve Laverack 2002). Bununla birlikte toplumsal kapasitenin ana faktörünü, farklı kaynak yapıları olan bölge insanının bu kaynaklarını kullanmadaki işbirliği ve bu işbirliği sürecinde oluşan toplumsal kapasite düzeyi oluşturmaktadır (Reid, Mair ve George 2004; Bennett, vd. 2012). Bu bağlamda toplumsal kapasite, bireylerin sosyal becerilerinin ve toplumsal etkileşim düzeylerinin meydana getirdiği bir yaşam karakteri olarak tasvir edilebilir (Easterling vd. 1998).

Toplumsal kapasite kavramını konu edinen literatür incelendiğinde çalışmaların çoğunlukla teorik kapsamda kalması dikkat çekicidir. Bununla birlikte kavramın genellikle sağlık (Gibbon vd. 2002; Simmons, Reynolds ve Swinburn 2011), eğitim (McLaughlin vd. 1997) gibi boyutlarda işlendiği görülürken toplum ve kalkınma ekseninde de çoğu kez ele alınmıştır. Örneğin Noya ve Clarence (2007) toplumsal kapasitenin, toplumda yer alan bireylerin beşeri ve sosyal yeteneklerini geliştirme ve paydaşlar arasında katılımı sağlama yoluyla bölgesel kalkınmaya katkı sağladığını öne sürmektedir. Bu bağlamda toplumsal kapasitenin güçlenmesi geçici bir çözüm aracı değil, uzun süreli bir kalkınma anlayışıdır. Frank ve Smith (1999) toplumsal kapasitenin güçlenmesinin, toplum kalkınmasını güdüleyen bir unsur olduğunu düşünmektedir. Cavaye'ye (2000) göre ise kavram, toplum tabanlı kalkınmada etken olan kurumsal, tutumsal ve yeteneksel unsurları içeren bir gelişme çerçevesidir. Benzer düzlemde Mayer (2002) toplumsal kapasitenin güçlenmesini, mevcut sorunların çözümünde toplumsal bağların, yeteneklerin ve kaynakların kullanılmasını içeren çok boyutlu bir kapsam olarak ele almıştır.

Turizm alanına bakıldığında ise az sayıda da olsa toplumsal kapasitenin ele alındığı çalışmalar bulunmaktadır. Moscardo (2008) tarafından yapılan çalışmada turizm gelişiminde toplumsal kapasitenin inşası için güncel yaklaşım ve uygulamalardan bahsedilmektedir. Aref ve Redruzan (2009) tarafından yapılan çalışma ise kavramın pratik düzlemi açısından dikkat çekicidir. Çalışmada toplumsal kapasitenin kavramsal yapısı açıklanarak, toplum dinamikleri ile ilişkisi ve turizm alanındaki uygulamalarda görülen engeller ortaya konulmaktadır. Yazarlara göre, toplumsal kapasitenin uygulamalarında görülen sorunların genel çerçevesini; düşük seviye toplumsal katılım, yönetim ve bölge halkı arasında uyumsuzluk ve yetersiz turizm bilinci çizmektedir. Başka bir çalışmada (Aref, Redruzan ve Gill 2010) toplumsal kapasiteyi oluşturan temel faktörler analiz edilerek turizm gelişimi için ortak toplumsal hareketi sağlayacak görüşler üzerinde durulmaktadır. Benzer bir çalışmada (Aref, Redruzan ve Emby 2010) ise toplum liderlerinin turizmin etkilerini algılamaları üzerinden toplumsal kapasiteyi güçlendirme konusunda öngörülerde bulunmaktadır. Dolayısıyla, bu araştırmaların ortak noktası; turizm gelişimi için doğrudan veya dolaylı olarak toplumsal kapasitenin güçlendirilmesini hedef alan ortak bir zemin üzerinde hareket etmeleridir.

2.1. Toplumsal Kapasite ve Turizm İlişkisi

Toplumsal kapasite, turizm potansiyeli olan bölgelerin gelişme karakterini etkileyen çok boyutlu bir faktör olmaktadır (Gursoy vd. 2002). Ancak bu etki toplumsal kapasite gibi sosyolojik uçlara temas eden bir konu ekseninde uzun dönemli bir öngörüye gerekli kılmaktadır. Şöyle ki toplumsal kapasitenin genel çerçevesini toplumsal gelişmenin sağlanması oluşturmaktadır (Cavaye 2000; Chaskin vd. 2001; Beckley vd. 2008). Benzer söylemle toplumsal kapasite, bir yörenin beşeri ve sosyal sermayesi ile o yörenin sahip olduğu farklı kaynak yapıları arasındaki etkileşimi konu edinen toplumsal bir paradigmadır. Bu etkileşimin toplumsal gelişme ve (turizm gelişiminin önündeki engeller gibi) bölgesel sorunlar için çözüm zemini olması ise toplumsal kapasitenin işlevsel ifadesi olmaktadır (Chaskin vd. 2001).

Turizm, toplumsal sistemi etkileyen ve bu sistemden etkilenen bir döngü barındırmaktadır (İçöz 2007; Kim, Uysal ve Sirgy 2013). Benzer söylemle turizm ile bu sistemin meydana getirdiği toplumsal doku arasında yakın bir ilişki olduğu söylenebilir (Matthews ve Richter 1991). Dolayısıyla turizmin hareket zeminini toplumun bizzat kendisi oluşturmaktadır. Dahası konu alanı ne olursa olsun her araştırmacının belirli bir ucunun ya da sonucunun topluma uzandığı görülmektedir (Geray 2011). Özellikle turizm potansiyeli olan bölgelerde bu durumun daha çok anlam kazandığı söylenebilir. Çünkü turizmin yoğunlaştığı bölgelerde farklı uçlara uzanan etkileri olduğu kabul gören bir

gerçekdir (Pizam 1978; Sheldon ve Var 1984; Milman ve Pizam 1988; Tosun 2001; Neto 2003). Eski bir turizm destinasyonu olan Alanya örneği bu yaklaşım için önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Alanya üzerine yapılan bir araştırmada turizmin beklenmeyen hızlı gelişimi beraberinde çarpıcı toplumsal erozyonlara (kültürel yozlaşma, çevresel bozulma, suç oranlarında artış vb) neden olmuştur (Çalışkan 2011). Anlatılmak istenen husus, turizmin henüz potansiyel seviyede olduğu bölgelerde öncelikle toplumsal altyapı yeterliliğinin sağlanması ve bu yapı üzerinden planlı bir turizm gelişiminin gerçekleşmesidir. Araştırmanın teorik bağlamını işaret eden bu duruma göre; toplumsal kapasitenin toplumsal yapıyı güçlendirerek turizme sağlıklı bir gelişme zemini oluşturacağı düşünülmektedir (McLaughlin, vd. 1997; Edoho 1998; Frank ve Smith 1999; Cavaye 2000; Chaskin vd. 2001; Labonte ve Laverack 2001a; Labonte ve Laverack 2001b; Mayer 2002; Seddon ve Billett 2004; Barker 2005; Raeburn vd. 2006; Manyara ve Jones 2007; Beckley vd. 2008; Moscardo 2008; Aref ve Redruzan 2009; Noya ve Clarence 2009; Zwicker ve Marlin 2009; Aref 2010; Aref vd. 2010a; Aref vd. 2010b; Mago 2011; Simmons vd. 2011; Bennet vd. 2012; Aziz, vd. 2013).

Sonuç olarak turizm gelişimi için öncelikli adım, mevcut toplumsal yapının inşası olmaktadır. Burada önemli olan nokta ise turizm olgusunun beslendiği ana zemin yani toplum unsurudur. Öyle ki, toplumların demografik yapısı, kültürel değerleri, nüfus yoğunluğu, sosyal donanımları, yaşam kalitesi, örgütlenme biçimleri, kadınların sosyal statüsü, inanç sistemi, ahlak kuralları, sağlık ve güvenlik düzeyleri, tutumları, dil ve eğitim seviyesi gibi özellikler turizmin gelişmesinde ve çıktılarının dağılımında önemli bir etkileşim alanı oluşturmaktadır (Avcıkurt 2009, 31). Diğer bir ifade ile toplumsal kapasite, gücünü toplumdaki alan ve bu gücü yine toplumsal gelişme üzerine uyarlayan bir döngü barındırmaktadır. Buna göre toplumsal kapasitenin temel dayanakları; bilgi düzeyi, yetenekler, sosyal ilişkiler, sosyal yapı, sosyal diyalog, liderlik, değer sistemi, öğrenme kültürü ve toplumsal katılım olurken (Sznycer-Taub 2009) turizm gelişiminin sağlanması bu unsurları genel bir çerçeve içinde sunan toplumsal kapasiteyle ilgili olmaktadır (Liu 2006).

3. Adıyaman ve Turizm

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Adıyaman, tarihsel ve kültürel açıdan stratejik öneme sahip şehirlerden biridir (TÜİK 2013a). Adıyaman, süregelen tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış dünyanın en eski yerleşim yerlerinden biridir. Bu özelliğiyle kültür ve tarih bakımından önemli bir potansiyel barındırmaktadır (İKA 2014). Adıyaman, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 eylem planında belirtilen 9 tematik bölgeden biri olan GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi'nde yer almaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi 2007). Türkiye'deki 15 marka kent arasında yer alan Adıyaman, aynı zamanda sınırlarında UNESCO Dünya Kültür Mirası listesinde bulunan Nemrut Dağı Milli Parkı'nı barındırmaktadır. Helenistik döneme ait önemli eserlerin bulunduğu bu park aynı zamanda Adıyaman'ın en önemli kültür değerlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Ukav 2010).

İlin tarihi ve kültürel değerlerinin yanında doğal güzellikleri de dikkat çekicidir. Adıyaman, Atatürk Baraj Gölü, Çelikhane ilçesinde yer alan Yüzen Adalar, avlak sahaları ve agro turizmüne uygun alanlarıyla önemli çevresel değerlere sahiptir (Adıyaman Doğa Turizmi Master Planı, 2014).

Turizm noktasında önemli bir parametre olan turist hacmine bakıldığında ise mevcut istatistiklerin yeterli bir veri kaynağı sunmadığı düşünülmektedir. Rakamlara bakıldığında iki türlü yaklaşım bulunmaktadır. Birincisi Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıklamış olduğu veriler; ikincisi ise Nemrut Dağı Milli Parkı'nı ziyaret sayısıdır. Her iki yaklaşımda da ortalama turist sayısı 80.000 dolaylarındadır (www.adiyamantimes.com 2014; Kültür ve Turizm Bakanlığı 2014). Bu rakamlar bir anlamda araştırmanın hareket noktalarından biri olan turizmin henüz potansiyel seviyede olmasına bağlanabilir. Dolayısıyla Adıyaman turizminin değerlendirilmesinde ana çerçeve, istatistikî verilerden ziyade toplumsal düzlem olmuştur.

Sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal değerlere rağmen ilin turistik gelişimi önünde altyapıdan girişimcilik kültürüne, tanıtımdan toplumsal bilinç ve bakış açısına kadar çeşitli konularda engeller bulunmaktadır. Bu olumsuz tablo, turizm-kalkınma etkileşiminde bölgesel bir çıkmazı işaret etmektedir (Atay ve Aytekin 2010, 196). Araştırmacıların bölgede yaptığı uzun süreli gözlemlerin de işaret ettiği üzere Adıyaman'ın temel sorunu toplumsal uçlara uzanmaktadır. Söz konusu uçları ise turistik gelişme kültürünün henüz yerleşmemesi ve turizm algısının toplumsal tabanda şekillenmemesi oluşturmaktadır. Kısaca, Adıyaman turizminin gelişiminde bugünü ve geleceği arasına yapılacak toplumsal dolgunun tartışılması önemlidir. Bu nedenle toplumsal kapasitenin değerlendirilmesi, bölge geleceğinin bugünün delilleri üzerinden inşasına (Campbell ve Alexander 1996) katkı sağlayabilecektir.

4. Araştırmanın Amacı

Turizm potansiyeli olan Adıyaman'ın bu potansiyeli kullanabilmesinin temel koşullarından biri; toplumsal kapasitesinin bunu gerçekleştirebilecek düzeye ulaşmasıdır. Ancak bu noktada öncelikli adım, mevcut kapasite düzeyinin araştırılmasıdır. Bu bağlamda araştırmanın amacı; Adıyaman turizminin gelişiminde önemli rolü olan toplumsal kapasite düzeyinin belirlenmesidir.

5. Araştırmanın Önemi

Farklı toplumsal uçlara uzanan turizmin gelişmesi şüphesiz geri planda işleyen toplumsal kapasitenin gücüyle ilişkilidir (Liu 2006). Dolayısıyla, turizm gelişiminin bir ölçüde toplumsal dinamiklerin yapısına bağlı olduğu, bu dinamiklerin de toplumsal kapasiteyi işaret ettiği görülmektedir (Cuthill ve Fien 2005). Öte yandan, turizm gelişimi ve toplumsal kapasite arasında oldukça yakın bir ilişki olmasına rağmen, turizmi geliştirmek isteyen bölgelerde toplumsal kapasitenin mevcut durumunun ele alındığı çalışma sayısı oldukça azdır. Bu doğrultuda, potansiyeline rağmen turizmden yeterince faydalanamayan Adıyaman ilinin toplumsal kapasite düzeyinin tespit edilmesi önemlidir. Çünkü bu tespit bir bakıma Adıyaman toplumunun, turizm potansiyelinin hayata geçirilmesi için gerekli toplumsal dinamiklere sahip olup olmadığının belirlenmesi anlamına gelmektedir.

6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, kırsal bölgelerde saha araştırmaları yapan "*Heartland Center for Leadership Development*" adlı akademik bir kuruluş tarafından geliştirilen Toplumsal Kapasite Ölçeği'nden yararlanılmıştır. Ölçeğin her türlü kullanımı için ilgili kurum yetkililerinden gerekli izinler alınmıştır. Ancak anketin uygulandığı saha araştırmalarının sonuçlarına ulaşmak mümkün olmamıştır. Bu nedenle çalışmada benzer uygulama sonuçlarıyla ilgili bir kıyaslama yapılamamıştır.

Uygulamada 5'li Likert türü ölçek tercih edilmiştir. Katılımcıların toplumsal kapasite konusundaki düşüncelerini 1:Hiçbir Zaman; 2:Nadiren; 3:Bazen; 4:Çoğu Zaman ve 5:Her Zaman şeklinde yapılandırılan ölçek üzerinde belirtmeleri istenmiştir. Ölçekte yer alan önermeler, anlaşılma ve uygulanabilirlik açısından yerel koşullar dikkate alınarak adapte edilmiştir. Ölçeğin özgün dili İngilizce olup, soruların çevirisinde İngilizce ve Türkçe dil uzmanlarından yararlanılmıştır. İzleyen süreçte, anket sorularının anlaşılabilirliği açısından hedef kitleyle benzer özellik taşıyan kişilere ön test uygulanmıştır (Oğur ve Tekbaş 2003, 340). Ayrıca, ankette yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği için konuyla ilgili akademisyen görüşlerinden faydalanılmıştır.

6.1. Örneklem Seçimi

Anket uygulaması Adıyaman il merkezinde gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde araştırma bölgesinin yerel ve toplumsal şartları göz önüne alınarak yargısal örnekleme (judgemental sampling) yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni olan Adıyaman'ın merkez ilçesi nüfusu 279.037'dir (TÜİK 2013b). Ryan (1995) tarafından önerilen formülle yapılan hesaplamaya göre, yöre halkına uygulanması gereken asgari anket sayısı (örneklem) 384'tür. Uygulama kapsamında toplam 470 anket dağıtılmış ancak neticede uygun görülen 458 anket üzerinden analiz ve değerlendirme yapılmıştır.

7. Analiz ve Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular (Tablo 1) incelendiğinde katılımcılardan % 47,8'ini erkekler; %52,2'sini ise kadınlar oluşturmaktadır. Bu noktada araştırma evrenine ait nüfusun cinsiyet dağılımına bakıldığında yaklaşık % 49,5'ini erkekler, %50,5'ini kadınlar oluştururken (TÜİK 2013b) cinsiyet dağılımının evrenle benzeştiği görülmektedir. Yaş gruplarına bakıldığında ankete cevap verenlerin yoğunluk olarak %30,1 ile 25-34 yaş aralığında bulunduğu görülmektedir. Genç nüfus grubu olarak belirlenen 15-24 yaş aralığının oranı ise %25,5 ile ikinci sırada yer almaktadır. Eğitim düzeyi göz önüne alındığında, katılımcılardan "*lise mezunu*" olanlar %29,9 ile ilk sırada yer alırken "*lisansüstü eğitim düzeyine*" sahip grup %4,8 ile son sırada bulunmaktadır. Meslek alanı olarak "*kamu*" kesiminde çalışanların ilk sırada bulunduğu (%25,1) belirlenirken emekli, ev hanımı, işsiz veya çalışmayan kesimin oluşturduğu "*diğer*" grubu ise %15,1 ile son sırada yer almaktadır. Ankete cevap verenlerin %62,9'unu evli, %37,1'ini ise bekâr bireyler oluşturmaktadır. Son olarak, ikamet süreleri incelendiğinde, Adıyaman'da 21 yıl ve daha uzun süredir ikamet edenlerin yoğunluğu dikkat çekmektedir (%52). Bu oranı ise %29,7 ile 4-9 yıl arası ikamet edenler takip etmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler			Değişkenler				
	Frekans	%		Frekans	%		
Cinsiyet	Kadın	239	52,2	Meslek Grubu	Öğrenci	85	18,6
	Erkek	219	47,8		Kamu	115	25,1
	Toplam	458	100		Özel Sektör	98	21,4
Yaş	15-24	117	25,5		Serbest Meslek	91	19,9
	25-34	138	30,1		Diğer	69	15,1
	35-44	112	24,5		Toplam	458	100
	45-54	67	14,6	Evli	228	62,9	
	55 ve üstü	24	5,2	Bekâr	170	37,1	
Toplam	458	100	Toplam	458	100		
İlkokul	40	8,7	Medeni Durum	4-9 Yıl	136	29,7	

Eğitim			İkamet Süresi			
	Ortaokul	56	12,2	10-15 Yıl	27	5,9
	Lise	137	29,9	16-21 Yıl	57	12,4
	Önlisans	73	15,9	21 yıl ve üstü	238	52
	Lisans	130	28,4	Toplam	458	100
	Lisansüstü	22	4,8			
	Toplam	458	100			

Araştırmada kullanılan ölçek, içerik geçerliliği ve yapı geçerliliği bakımından sınanmıştır. İçerik geçerliliğinin sınanmasında uzman görüşlerinden yararlanılmış, ölçme aracında bulunan maddelerin ölçme amacına uygunluğu ve ölçülmek istenen olguyu yansıtip yansıtmadığı sorgulanmıştır (Büyüköztürk vd. 2012; Karasar 2014). Yapı geçerliliğini sınamak ve ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu çerçevede temel bileşenler analizi ve Varimax dönüştürmesi kullanılmıştır. Öz değeri (eigen value) 1,00'ın üzerinde olan ve faktör yükü (factor loading) 0,40'den büyük olan faktörler değerlendirmeye alınmıştır. Analiz aşamasında, faktör yükü 0,40'ın altında olan veya aynı anda birden fazla faktöre yüklenen toplam sekiz ifade elenmiştir. Sonuçlara göre (Tablo 2), Keiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,89'dur ve Barlett Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) anlamlı ($p < 0,001$) çıkmıştır. Bu iki sonuç, örneklemin yeterli olduğuna ve verilerin faktör analizine uygun olduğuna işaret etmektedir.

Adıyaman halkının toplumsal kapasite algıları dört faktörlü bir yapıya sahiptir. Faktörler, kendilerine yüklenen ifadelerden yola çıkılarak adlandırılmaya çalışılmıştır. Dört faktörün toplam varyansı açıklama oranı yaklaşık %55 çıkmıştır. Yerel Yönetim ve Ortaklık (YYO) faktörü 12 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın yaklaşık % 22'sini açıklamaktadır. Yerel Yatırım (YY) faktörü 4 maddeli olup yaklaşık % 11 varyansa sahiptir. Genç Nüfus Adaptasyonu (GNA) faktörü 5 maddeli olup, toplam varyansa katkısı yaklaşık % 10'dur. Son olarak, 3 maddeden oluşan Girişimcilik (G) faktörü toplam varyansın yaklaşık % 11'ini açıklamaktadır. Dolayısıyla, dört faktörün de yerel halkın toplumsal kapasite algılarına önemli ölçüde katkıda bulunduğunu söylemek mümkündür.

Hem ölçüm aracının genel güvenilirliğini hem de faktörlerin tek başlarına güvenilirliklerini test etmek amacıyla güvenilirlik analizinden faydalanılmıştır. Bu çerçevede, araştırmada kullanılan ölçüm aracının ve alt faktörlerin tatmin edici bir güvenilirlik düzeyinde olduğu söylenebilir (Tablo 2). Çünkü ölçeğin bir bütün olarak güvenilirlik katsayısı (Cronbach's alpha) 0,905 çıkmıştır. YYO faktörünün güvenilirlik katsayısı 881; YY faktörünün güvenilirlik katsayısı 772; GNA faktörünün güvenilirlik katsayısı 757 ve son olarak G faktörünün güvenilirlik katsayısı 703'tür.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükü	Öz değer	Varyans (%)	Güvenilirlik
<i>Yerel Yönetim ve Ortaklık (YYO)</i>		5,381	22,422	,881
Yöneticilerimiz Adıyaman'la ilgili karar alırken düşüncelerimizden yararlanır	,467			
İlimizi geliştirebileceğimize inanıyorum	,683			
Yöneticilerimiz genç nüfusun gelişimine önem verir	,596			
Gençlerimizin gelişimi için her türlü fırsatı sunarız	,664			
Geleneksel kurumlarımız (vakıflar, hayır kurumları vb.) halkın ihtiyaçlarına duyarlıdır	,610			
Yöneticilerimiz ilimiz için iyi şeyler yapma gayretindedir	,677			
Toplumumuzun gelişmesinde bütün kaynaklarımız değerlendirilir	,544			
Adıyaman toplumu gelişmektedir	,687			
Halkımız kamu dairelerine dardini kolaylıkla anlatılabilmektedir	,670			
Yöneticilerimiz Adıyaman'la ilgili uygulamalarda toplumu dikkate alır	,476			
İlimizin gelişmesinde her kesim ortak çaba gösterir	,629			
İlimizin gelişmesinde her kurum ortak hareket eder	,534			
<i>Yerel Yatırım (YY)</i>		2,615	10,897	,772
Adıyaman halkı hayırsever yatırımcılara sahip çıkar	,889			
Adıyamanlı hayırseverler (okul ve hastane gibi) beklenen yatırımları yapmaktadır	,915			
Adıyaman'ın gelişmesi için yeterli yatırım kaynaklarına sahibiz	,460			
Adıyamanlı iş adamları, Adıyaman'a gerekli yatırımları yapmaktadır	,635			
<i>Genç Nüfusun Adaptasyonu (GNA)</i>		2,489	10,369	,757
Gençlerimizin Adıyaman'dan göç etmemesi için çaba gösteririz	,529			
Gençlerimizin gelişmesi için ilimizdeki eğitim ve spor gibi olanaklar yeterlidir	,453			
Gençlerimiz Adıyaman'ın geleceği olarak görülmektedir	,712			
Adıyaman'daki genç nüfus yeterince desteklenmektedir	,770			
Adıyaman toplumu gençlerine önem vermektedir	,491			
<i>Girişimcilik (G)</i>		2,625	10,939	,703
Adıyaman'da girişimci sayısı yeterli düzeydedir	,656			
Yöneticilerimiz girişimcilere yeterli desteği sağlamaktadır	,596			

Adıyaman halkının toplumsal kapasite algılarına ilişkin ortalamalar Tablo 3'de yer almaktadır. Yerel halkın genel itibarıyla Adıyaman'ın toplumsal kapasitesine (dört faktöre ilişkin) ilişkin algılarının düşük düzeyde (ölçek ortalaması=2,7) olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu algılar incelendiğinde araştırmaya katılanların diğer faktörlere göre Yerel Yönetim ve Ortaklık (YYO) faktörüne, nispeten daha olumlu yaklaştıkları görülmektedir. Çünkü YYO'nun genel ortalaması 3,1'dir. Buradan hareketle, bu faktör kapsamındaki önermeler ekseninde düşük seviyede de olsa bir umut belirmektedir. Bu faktör altında yer alan “*gelecekteki kurumlarımız (vakıflar, hayır kurumları vb) halkın ihtiyaçlarına duyarlıdır*” önermesi en yüksek ortalamaya (A.O.=3,5) sahiptir. Adıyaman'ın toplumsal yapısı göz önüne alındığında, özellikle dini vakıf ve kuruluşların yaygın şekilde faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Bu durumun halkın görüşlerine nispeten olumlu yansıdığı düşünülmektedir. En düşük ortalama (A.O.=2,5) “*ilimizi geliştirebileceğimize inanıyorum*” önermesine aittir. Bu sonuç, halkın yaşadığı ilin gelişme eğilimi konusunda kaldığı ikilemi işaret etmektedir. Çünkü bölgede yapılan gözlemlere de dayanılarak, Adıyaman'ın gelişme potansiyelinin olduğu ancak bu potansiyelin ne derece eyleme dökülebileceğinin süregelen toplumsal çıkmazlardan biri olduğu söylenebilir.

Yerel Yatırım (YY) faktörünün genel ortalaması 2,5 olarak gerçekleşmiştir. Faktöre ait önermeler incelendiğinde “*Adıyaman'ın gelişmesi için yeterli yatırım kaynaklarına sahibiz*” önermesinin en yüksek ortalamaya (A.O.=2,8) sahip olduğu görülmektedir. “*Adıyamanlı iş adamları, Adıyaman'a gerekli yatırımları yapmaktadır*” önermesi ise en düşük ortalamaya (A.O.=1,9) sahiptir. Dolayısıyla katılımcılar, Adıyamanlı işadamlarının bölgeye umulan yatırımları yapmadıkları yönünde görüş bildirmişlerdir. Dolayısıyla katılımcılara göre ilin gelişme noktasında temel sorunlarının başında yatırım eksikliği gelmektedir.

Genç Nüfusun Adaptasyonu (GNA) faktörünün genel ortalaması 2,6 olarak gerçekleşmiştir. Faktörde yer alan “*Gençlerimiz Adıyaman'ın geleceği olarak görülmektedir*” önermesi en yüksek ortalamaya (A.O.=3,1) sahiptir. En düşük ortalamaya (A.O.=2,1) sahip önerme ise “*Gençlerimizin gelişmesi için ilimizdeki eğitim ve spor gibi olanaklar yeterlidir*” önermesidir. Toplumlar için genç nüfusun, gelişmenin ve geleceğin önemli bir anahtarı olarak

İfadeler	Aritm. Ort.	Stand. Sapma
----------	-------------	--------------

görüldüğünden yola çıkıldığında (Stoneman 2002; Zwicker ve Marlin 2009) bu konuda Adıyaman için ihtiyatlı bir iyimserlik taşımanın doğru olacağı kanaatine varılabilir.

Tablo 3: Katılımcıların Toplumsal Kapasiteye İlişkin Algıları

<i>Yerel Yönetim ve Ortaklık (YYO)</i>	3,1	
Yöneticilerimiz Adıyaman'la ilgili karar alırken düşüncelerimizden yararlanır	3,4	1,02
İlimizi geliştirebileceğimize inanıyorum	2,5	1,13
Yöneticilerimiz genç nüfusun gelişimine önem verir	2,9	,974
Gençlerimizin gelişimi için her türlü fırsatı sunarız	2,6	1,24
Geleneksel kurumlarımız (vakıflar, hayır kurumları vb.) halkın ihtiyaçlarına duyarlıdır	3,5	1,15
Yöneticilerimiz ilimiz için iyi şeyler yapma gayretindedir	3,3	1,06
Toplumumuzun gelişmesinde bütün kaynaklarımız değerlendirilir	2,9	1,00
Adıyaman toplumu gelişmektedir	3,2	1,04
Halkımız kamu dairelerine derdini kolaylıkla anlatılabilmektedir	3,4	1,10
Yöneticilerimiz Adıyaman'la ilgili uygulamalarda toplumu dikkate alır	2,9	1,02
İlimizin gelişmesinde her kesim ortak çaba gösterir	3,1	1,08
İlimizin gelişmesinde her kurum ortak hareket eder	2,8	1,13
<i>Yerel Yatırım (YY)</i>	2,5	
Adıyaman halkı hayırsever yatırımcılara sahip çıkar	2,6	,970
Adıyamanlı hayırseverler (okul ve hastane gibi) beklenen yatırımları yapmaktadır	2,5	1,02
Adıyaman'ın gelişmesi için yeterli yatırım kaynaklarına sahibiz	2,8	1,09
Adıyamanlı iş adamları, Adıyaman'a gerekli yatırımları yapmaktadır	1,9	1,10
<i>Genç Nüfusun Adaptasyonu (GNA)</i>	2,6	
Gençlerimizin Adıyaman'dan göç etmemesi için çaba gösteririz	2,7	1,11
Gençlerimizin gelişmesi için ilimizdeki eğitim ve spor gibi olanaklar yeterlidir	2,1	,977
Gençlerimiz Adıyaman'ın geleceği olarak görülmektedir	3,1	1,11
Adıyaman'daki genç nüfus yeterince desteklenmektedir	2,4	1,10
Adıyaman toplumu gençlerine önem vermektedir	2,6	,974
<i>Girişimcilik (G)</i>	2,4	
Adıyaman'da girişimci sayısı yeterli düzeydedir	2,0	,974
Yöneticilerimiz girişimcilere yeterli desteği sağlamaktadır	2,7	1,00
Adıyamanlı girişimciler aradığı maddi desteği bulabilmektedir	2,5	,999
<i>Ölçek ortalaması</i>	2,7	

Girişimcilik (G) faktörünün genel ortalaması 2,4'tür. Katılımcılara göre en yüksek ortalamaya (A.O.=2,7) sahip önerme "yöneticilerimiz girişimcilere yeterli desteği sağlamaktadır" önermesidir. En düşük ortalamaya (A.O.=2,0) sahip önerme ise "Adıyaman'da girişimci sayısı yeterli düzeydedir" önermesidir. Bölge toplumunun genel karakteri incelendiğinde içine kapalı ve gelenekçi bir yapı sergilediği (Bahar 2005), bu yapının ise aynı zamanda aile ve akrabalık ilişkileri bakımından birbirine bağlı bir yapı oluşturduğu (TUİK 2013a) göz önünde bulundurulduğunda, oluşan bu sosyal tabloda girişimciliğin yeterince yaygınlaşmaması şartıcı gözükmemektedir. Benzer söylemle, girişimcilik bölgesel kalkınmanın önemli dinamolarından biri olarak görülürken (Ersoy 2010), bölge kültürüne şekillenen girişimcilik gibi eğilim ve roller o toplumun kalkınma kimliği hakkında sosyal ipuçları verebilmektedir (Karaduman 2010; Paksoy ve Aydoğdu 2010).

Araştırmada, ankette yer alan bağımsız değişkenler olan cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek ve medeni duruma göre ölçekte yer alan faktörlerin ortalamaları karşılaştırılmıştır. Bu çerçevede cinsiyet ve medeni durum değişkenlerinin faktörlere göre karşılaştırılmasında Bağımsız Örneklem T Testi uygulanırken, diğer değişkenlere ait karşılaştırmalarda Tek Yönlü Varyans Analizi kullanılmıştır.

Söz konusu analizler neticesinde, kadın ve erkek katılımcıların "Yerel Yatırım" faktörüne ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık vardır (YY [p ,023<,05]). Özellikle yerel yatırımlarla ilgili önermelere kadın katılımcıların daha olumsuz yaklaştığı söylenebilir. Bu sonuç bağlamında kadın katılımcıların bölgesel yatırımlar konusuna erkeklere göre nispeten daha eleştirel yaklaştığı görülmektedir.

Medeni duruma bakıldığında, evli ve bekâr katılımcıların "Yerel Yönetim ve Ortaklık" ile "Genç Nüfusun Adaptasyonu" faktörlerine yaklaşımları arasında anlamlı bir farklılık çıkmıştır (YYO [p ,000<,05]; GNA [p ,011<,05]). Şöyle ki; her iki faktöre ilişkin olarak evli katılımcıların bekârlara göre daha olumlu bir düşünce içindedir. Bu sonuç, TUİK'in (2013c) Adıyaman'da yaptığı bir araştırmanın sonucuyla örtüşmektedir. Zira söz konusu araştırmada Adıyaman'da evli bireylerin bekâr olanlara göre daha mutlu olduğu belirlenirken, bu mutluluk duygusunun toplumsal olgulara iyimser bir tutum beslenmesinde rol oynadığı düşünülmektedir (Deniz ve Yılmaz 2006).

Yaş değişkeni incelendiğinde, farklı yaş düzeylerinde "Yerel Yönetim ve Ortaklık" algıları arasında anlamlı bir farklılık çıkmıştır (YYO [p, 003<.05]). Buna göre toplumsal kapasite ile ilgili önermelere 15-24 yaş grubundaki katılımcıların 35-44 yaş grubuna göre daha olumsuz yaklaştığı söylenebilir. Ancak şunu eklemek gerekir ki, söz konusu

önermelerde en düşük ortalamalar genç nüfus grubunda görülmüştür. Bu sonuç bağlamında genç nüfusun diğer yaş gruplarında yer alan katılımcılara göre daha eleştirel ve karamsar bir yaklaşım sergilediği düşünölmektedir.

Eğitim değişkeni ele alındığında eğitim düzeylerine göre 4 alt faktör tümüyle anlamlı farklılıklar göstermektedir (YYO [p ,000<.05]; YY [p ,002<.05]; GNA [p ,000<.05]; G [p ,001<.05]). Sonuçlara göre, özellikle "*Yerel Yönetim ve Ortaklık*" faktöründe oluşan farklılıklar dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ilkokul mezunlarının lise, lisans ve lisansüstü mezunlarına göre daha iyimser bir tutuma sahip olduğu anlaşılmaktadır. Benzer durum diğer faktörlerde de belirmektedir. Özellikle girişimcilikle ilgili önermelere ilkokul mezunlarının lisans ve lisansüstü mezunlara göre nispeten daha olumlu bir yaklaşım içinde buldukları söylenebilir. İlkokul mezunlarındaki bu iyimser tablo, düşük eğitim düzeyi ekseninde nispeten daha az bir toplumsal farkındalığa sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Meslek değişkeni incelendiğinde, katılımcıların meslek alanlarına göre "*Yerel Yönetim ve Ortaklık*", "*Genç Nüfusun Adaptasyonu*" ve "*Girişimcilik*" olmak üzere 3 alt faktörü algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur (YYO [p ,000<.05]; GNA [p ,000<.05]; G [p ,001<.05]). Sonuçlara göre her üç faktörde, serbest meslek grubu ile öğrenci, kamu ve özel sektör grubu arasında oluşan farklılıklar dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, serbest meslek grubunda yer alan katılımcıların diğer üç grupta yer alan katılımcılara göre daha iyimser oldukları görölmektedir. Serbest meslek sahiplerinin nispeten daha düşük eğitim düzeyine sahip oldukları göröldüğünden, bu sonucun bir önceki analiz (eğitim durumuna göre alt faktörler arasındaki farklılığa yönelik) sonucuyla benzerlik göstermesi şaşırtıcı değildir.

İkamet değişkenine bakıldığında, katılımcıların bölgede ikamet sürelerine göre özellikle "*Yerel Yönetim ve Ortaklık*" faktörünü algılamaları arasındaki anlamlı farklılık dikkat çekmektedir (YYO [p ,000<.05]). Analiz sonucuna göre, ilde 4-9 yıldır ikamet etmekte olanlar 21 yıl ve üstü süredir ikamet edenlere göre daha kötümser bir yaklaşım göstermiştir. Bu bağlamda ilde uzun süredir ikamet etmekte olanların yaşadıkları yerle özdeşleştiği, sosyal bir bağ kurduğu ve bu duygudaşlığa dayanarak yüksek olmamakla birlikte toplumsal gelişme inancına daha çok sahip olduğu düşünölmektedir.

8. Sonuç ve Öneriler

Toplumun kendi kaynaklarına ulaşabilmesi, diğer bir söylemle kendi potansiyelini kullanabilmesi önemlidir (Smith, Littlejohns ve Roy 2003). Turizm gelişiminin toplumsal dinamiklerin yapısıyla orantılı bir yön izleyeceği görölrken bu dinamiklerin aynı zamanda toplumsal kapasiteyi işaret ettiği anlaşılmaktadır (Cuthill ve Fien 2005). Walker (2008) tarafından vurgulandığı gibi, turizmin gelişmesi toplumsal kapasitenin kalite sınırlarını çizen toplumsal değerlere bağlıdır. Ayrıca, turizm gibi önemli bir olguya kaynak teşkil eden bölgelerde toplumsal kapasitenin güçlendirilmesi ortak sorumluluk bilinci gerektirmektedir (Wang 2000). Turizm potansiyelini kullanmak isteyen bölgelerin gelişme hedefi, paydaş zemininde güçlü bir toplum inşasını işaret etmektedir. Nitekim hangi alanda olursa olsun, mevcut kaynakların toplumsal altyapı yeterliliği olan bölgelerde somutlaşacağı ve gelişme amacına ancak bu düzlemde bir gerekçe oluşturacağı düşünölmektedir.

Adıyaman önemli bir turizm potansiyeli barındıran ancak bu potansiyeli somut düzleme yeterince taşıyamamış bir il konumundadır. Bu potansiyelin turizm gelişimine dönüşmesi öncelikle toplumsal altyapının güçlenmeye başlamasıyla mümkün olabilecektir. Benzer söylemle toplumsal dinamikler bakımından hazır olmayan bir kentin turizmin olumsuz sonuçlarından daha çok etkileneceği düşünölmektedir. Dahası sürdürülebilirlik prensibiyle işleyen turizm olgusunun yerleşmesi, toplumsal önceliklerin sağlanmasıyla mümkün olabilecektir. Diğer yandan sosyal gelişme algısının henüz yerleşmemesi, bölge nezdinde yapılacak yatırımlara sahiplik açaşısından sorunlar meydana getirebilecektir. Nitekim araştırma sonuçlarında göröldüğü üzere yöre halkının yatırımcılarına yeterince sahip çıkmadığı yönünde bir eğilim belirmiştir.

Adıyaman halkı ilin toplumsal kapasitesinin genel anlamda düşük düzeyde olduğunu düşünmektedir. Bu, bir anlamda yöre halkının zihninde henüz turistik gelişme imajının ve inancının oluşmadığı gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla sosyal süreçte, turizm algısının yerleştirilmesi ve yöre nezdinde turizm gelişimine olan inancın güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu noktada yöre halkının kendi zenginliklerinin farkında olması ve değerlerini sahiplenmesi gerekir. Ayrıca, kentin turizm potansiyelinin hayata geçirilmesi öncelikle toplumsal altyapının güçlenmeye başlamasıyla mümkün olabilecektir. Bir başka ifade ile toplumsal dinamikler bakımından hazır olmayan bir kentte turizm gelişiminden bahsetmek zordur.

Yöre halkı gençlerin gelişmesi için kentteki imkânların yeterli olmadığını ve genç nüfusun yeterince desteklenmediğini ileri sürmektedir. Adıyaman'da 30 yaş altı birey sayısının toplam nüfusun yaklaşık %58'sine denk geldiği (TUİK 2013b) düşünöldüğünde bu durumun ciddiyeti daha iyi anlaşılabilir. Genç nüfusun gelişimine ve desteklenmesine yönelik olarak başta eğitim olmak üzere, ekonomik, sosyo-kültürel vb. imkânların arttırılması gerekir. Ayrıca toplumun önemli dinamiklerinden biri olan gençlerin toplumsal karar süreçlerinde rol almaları için gerekli adımlar atılmalıdır.

Yukarıda bahsedilen durumlardan hareketle Adıyaman turizmi ve toplumsal kapasite ekseninde řu adımların uygulanması düşünölebilir:

- a. İlde gözlemlenen ve toplumu işaret eden sorunlara (düşük yatırım düzeyi, girişimcilik kültürüne uzaklık, yetersiz toplumsal bilinç vb) karşı kamu ve özel sektör nezdinde oluşacak bir amaç birliği önemlidir. Bunun içinse toplumsal dinamikleri niteleyen eğitim, yerel ortaklık, toplumsal farkındalık uyandırma, yatırım ve gelişme bilincini kapsayan bölgesel bir vizyonun oluşturulması/benimsenmesi öncelikli görülmektedir.
- b. Turizm gibi çeşitli alanlardaki meslek bilincini destekleyen Avrupa Birliği ve girişimcilik kültürüne katkı sağlayan SODES projelerinin sektör sahipliğinde (finansal üstlenici) ve üniversite ortaklığında yaygınlaştırılması düşünülebilir.
- c. Adıyaman'ın sahip olduğu genç nüfus potansiyeli toplumsal gelişme ve turizm noktasında stratejik bir değişken konumundadır. İlin dinamik beşeri sermayesini tanımlayan bu potansiyelin öncelikle bölgede tutulması gerekmektedir. Bu durum genel bakışla genç nüfusa daha fazla istihdam alanı oluşturulmasıyla sağlanabilir. Ancak istihdam alanlarının oluşturulması ilk maddede yer alan düşük yatırım düzeyinin iyileştirilmesiyle mümkün olabilecektir.
- d. Yöre halkının gelişime olan inancının düşük seviyede olduğu görülmektedir. Bu duruma turizm gelişimi açısından bakıldığında detayda saklı kalan bir toplum psikolojisi belirlemektedir. Turizm olgusunun bireyler nezdinde içselleştirilmemesi ve henüz algısal bir düzeye ulaşmaması şeklinde açıklanabilecek bu psikoloji, toplumsal algı yönetimini ön plana çıkarmaktadır. Buna göre, turizm algısının her şeyden önce bireylerin hayal edebilme gücünü kazanmasıyla oluşacağı düşünülmektedir. Eş söylemle, yöre insanının turizm gelişiminde inançsal ve çevresel algılarının zenginleştirilmesi önem taşımaktadır. Somut bir örnekle, reklam panolarında yer almak üzere turizm gelişimini anlatan görseller ve mesajlar hazırlanabilir. Bu görsellerde, varsayım olarak kentlin turizmle nasıl geliştiğini anlatan modeller yer alabilir. Buradaki amaç, toplumsal algının oluşmasında uyarıların devreye sokulmasıdır. Nitekim yörede bulunan baraj gölü, bireyin zihninde sadece bir manzara olmaktan çıkabilmelidir. Benzer açıdan Nemrut'un, sadece uzak ve yüksek bir alanda konumlanmış tarihi bir dağ olmadığı anlaşılmalıdır. Kısaca, bölge toplumunun çevresini olduğundan çok daha farklı hayal edebilmesi ve bu hayallerin uzun dönemde somut düşüncelere dönüşmesi önemli görülmektedir.
- e. Adıyaman'ın turizm bağlamında yeterli altyapısının bulunmadığı bilinmektedir. Bu durum sadece bütünsel turizm gelişimi açısından değil aynı zamanda kalkınmanın fiziki delilleri açısından da sorun teşkil etmektedir. Bölgeye yapılması umulan yatırımların öncelikli hedefler kapsamına alınması gerekmektedir. Her ne kadar Adıyaman, devlet eliyle sağlanacak teşviklerde öncelikli bölgeleri arasında yer alsada da yörenin kendi dinamiklerini kullanarak yatırımcılarını bölgede tutabilmesi veya büyük şehirlerdeki (özellikle Adıyamanlı) işadamlarını bölgeye çekebilmesi gerekmektedir. Bu durumun aynı zamanda yerel sahiplenme açısından pozitif bir algıyı yerleştireceği düşünülmektedir. Konuyla ilgili yörede gözlemlenen bir husus da ilde maddi yatırım kaynağına sahip birçok yatırımcının bulunduğu ancak bu kaynakların çok azının kullanıldığı gerçeğidir. Buradan hareketle yatırımcılarda önemli bir risk algısının hâkim olduğu görülmektedir. Dolayısıyla önceliğin, yatırımcıların cesaretlendirilmesi ve bu konuda gerekli imkânların sağlanması olduğu söylenebilir.

Son olarak, şüphesiz araştırmanın neden sonuç ilişkisi Adıyaman düzleminde değerlendirilmeli ve diğer bölge toplumları için farklılık gösterebileceği göz ardı edilmemelidir. Ancak araştırmanın gelecekteki benzer araştırmalar açısından yararlı olacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıyaman Doğa Turizmi Master Planı (2013). *Orman ve Su İşleri Bakanlığı* sitesinden alınmıştır. www.adiyaman.ormansu.gov.tr/Adiyaman/Files/KHS /DTMP.pdf
- Aref, F. (2010). Barriers to Community Capacity Building for Tourism Development in Communities in Shiraz, Iran. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 347-359.
- Aref, F. & Redzuan, M. B. (2009). Community capacity building for tourism development. *Journal of Human Ecology*, 27(1), 21-25.
- Aref, F., Redzuan, M. R & Gill, S.S. (2010). Dimensions of Community Capacity.
- Aref, F., Redzuan, M. R. & Emby, Z. (2010a). Assessing sense of community capacity building in tourism development in Shiraz, Iran. *European Journal of Social Sciences*, 7(3), 126-132.
- Aref, F., Redzuan, M. R & Gill, S.S. (2010b). Dimensions of Community Capacity Building: A Review of its Implications in Tourism Development. *Journal of American Science*, 6(1), 172-180.
- Atay, O. ve Aytakin, B. (2010). Adıyaman İlinde Turizm İşletmelerine Etki Eden Sorunlar Çözüm Yolları ve Bir Uygulama. S.Öztürk ve Y.Tosun (Ed.), *II. Ulusal Medeniyetler Kavşağı Adıyaman Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (ss.195-218). İstanbul: Adıyamanlılar Vakfı Yayınları.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi, Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay.
- Aziz, R. C., Abdul, M., Aziz, Y. A. & Rahman, A. A. (2013). Appreciative Inquiry: An Alternative Re-Search Approach for Sustainable Rural Tourism Development. *Journal of Tourism, Hospitality ve Culinary Arts*, 5(2), 1-18.

- Bahar, H.İ. (2005). *Sosyoloji*. Ankara: Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK).
- Barker, A. (2005). Capacity Building for Sustainability: Towards Community Development in Coastal Scotland. *Journal of Environmental Management*, 75(1), 11-19.
- Beckley, T. M., Martz, D., Nadeau, S., Wall, E. & Reimer, B. (2008). Multiple Capacities, Multiple Outcomes: Delving Deeper into The Meaning of Community Capacity. *Journal of Rural and Community Development*, 3(3),56-75.
- Bennett, N., Lemelin, R. H., Koster, R. & Budke, I. (2012). A capital assets framework for appraising and building capacity for tourism development in aboriginal protected area gateway communities. *Tourism Management*, 33(4), 752-766.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Campbell, A. & Alexander, M. (1996). What's Wrong With Strategy? *Harvard Business Review*, 75(6), 42-51.
- Cavaye, J.M. (2000). *The Role of Government in Community Capacity Building*. Retrieved from <http://greentier.org/wp-content/uploads/2011/09/The-Role-of-Government-in-Community-Capacity-Building.pdf>
- Chaskin, R.J., Brown, P., Venkatesh, S. & Vidal, A. (2001). *Building Community Capacity*. New York: Walter de Gruyter, Inc.
- Çalışkan C. (2011). Sürdürülebilir Turizm Gelişimin Nesillerarası Etki Boyutunun Algılanması: Alanya Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çözüm Süreci Turizmi Canlandırsın Temennisi, www.adiyamantimes.com adresinden alınmıştır. <http://www.adiyamantimes.com/cozum-sureci-turizmi-canlandirsin-temennisi-1746h.htm>
- Cuthill, M. & Fien, J. (2005). Capacity Building: Facilitating Citizen Participation in Local Governance. *Australian Journal of Public Administration*, 64(4),63-80.
- Deniz, M. E. ve Yılmaz, E. (2006). Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ ve Stresle Başa Çıkma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(25), 17-26.
- Dynes, R.R. (1998). *Coming to Terms with Community Disaster*, In E.L. Quarantelli (Ed.) *What is a Disaster?* (pp.109-126). London: Routledge.
- Easterling, D., Gallagher, K., Drisko, J. & Johnson, T. (1998). *Promoting Health by Building Community Capacity: Summary*. Denver: The Colorado Trust.
- Edoho, F. (1998). Management capacity building: A Strategic Imperative for African Development in the Twenty-first Century. In V. U. James (Ed) *Capacity Building in Developing Countries: Human and Environmental Dimensions*, (pp. 228-251). Kaliforniya: Greenwood Publishing Group.
- Ersoy, H. (2010). Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 71-77.
- Frank, F. & Smith, A. (1999). *The Community Development Handbook: A Tool to Build Community Capacity*. Ottawa: Human Resources Development Canada.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. İstanbul: Genesis Kitap.
- Gibbon, M., Labonte, R & Laverack, G. (2002). Evaluating Community Capacity. *Health ve Social Care in the Community*, 10(6), 485-491.
- Gursoy, D. Jurowski, C. & Uysal, M. (2002). Resident Attitudes A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- İçöz, O. (Ed.) (2007). *Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İKA (2014). Adıyaman. *İpek Yolu Kalkınma Ajansı* sitesinden alınmıştır. www.ika.org.tr/Adıyaman-icerik-52.html
- Karaduman, S. (2010). Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. *Journal of Yasar University*, 17(5), 2886-2899.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi, Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, M.J. (2013). How Does Tourism In A Community Impact The Quality of Life of Community Residents? *Tourism Management* 36, 527-540.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). *Konaklama İstatistikleri*. Kültür ve Turizm Bakanlığı sitesinden alınmıştır. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9856/konaklama-istatistikleri.html>.
- Labonte, R. & Laverack, G. (2001a). Capacity Building In Health Promotion, Part 1: For whom? And for what purpose? *Critical Public Health*, 11(2), 111-127.
- Labonte, R. & Laverack, G. (2001b). Capacity Building In Health Promotion, Part 2: Whose Use? And What Measurement? *Critical Public Health*, 11(2),129-138.
- Liu, A. (2006).Tourism In Rural Areas: Kedah, Malaysia. *Tourism Management*, 27(5), 878-889.
- Mago, Y. M. F. (2011). Community Capacity Building for Ecotourism: A Literature Review. *National Conference on Entrepreneurship and Innovation*.
- Matthews, G. H. & Richter, K. L. (1991). Political Science and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 120-135.
- McLaughlin, M. J., Leone, P. E., Meisel, S. & Henderson, K. (1997). Strengthen School and Community Capacity. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 5(1), 15-23.

- Manyara, G. & Jones, E. (2007). Community-based Tourism Enterprises Development In Kenya: An Exploration of Their Potential As Avenues of Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628-644.
- Mayer, S. (2002). *Building Community Capacity: How Different Groups Contribute*. Retrieved from www.effectivecommunities.com/pdfs/ECP_GroupContribution.pdf
- Milman, A. & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Moscardo, G. (Ed.). (2008). *Building Community Capacity for Tourism Development*. Wallingford: Cabi.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. In *Natural Resources Forum* (Vol. 27, No. 3, pp. 212-222). Blackwell Publishing Ltd.
- Noya, A. & Clarence, E. (Ed.). (2007). *The Social Economy: Building Inclusive Economies*. Paris: OECD Publishing.
- Oğur, R. ve Tekbaş, Ö.F. (2003). Anket Nasıl Hazırlanır? *Sted*, 12(9), 336-340
- Paksoy, S. ve Aydoğdu, M. H. (2010). Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi: GAP-GİDEM Örnekleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 113-134.
- Pizam, A. (1978). *Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents*, *Journal of Travel Research* April 1978 vol. 16 no. 4 8-12.
- Raeburn, J., Akerman, M., Chuengsatiansup, K., Mejia, F. & Oladepo, O. (2006). Community Capacity Building and Health Promotion in A Globalized World. *Health Promotion International*, 21(1), 84-90.
- Reid, D. G., Mair, H. & George, W. (2004). Community tourism planning: A self-assessment instrument. *Annals of Tourism research*, 31(3), 623-639.
- Ryan, C. (1995), *Researching Tourist Satisfaction, Issues, Concepts, Problems*. London: Routledge.
- Seddon, T. & Billett, S. (2004). *Social Partnerships in Vocational Education: Building Community Capacity*. Adelaide: NCVER.
- Sheldon, P. J. & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47.
- Simmons, A. Reynolds, R. C. & Swinburn, B. (2011). Defining Community Capacity Building: Is it Possible? *Preventive Medicine*, 52(3), 193-199.
- Smith, N., Littlejohns, L. B. & Roy, D. (2003). *Measuring Community Capacity: State of the Field Review and Recommendations for Future Research*. David Thompson Health Region.
- Stoneman, D. (2002). The Role of Youth Programming in the Development of Civic Engagement. *Applied Developmental Science*, 6(4), 221-226.
- Szyncer-Taub, M. (2009). *Community Capacity in Public Health, Application*. Retrieved from http://miriamszyncertaub.myefolio.com/uploads/miriam%20szyncertaub_community%20capacity.pdf
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303.
- TUİK (2013a). *Seçilmiş Göstergelerle Adıyaman*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- TUİK (2013b). *İl, yaş grubu ve cinsiyete göre nüfus*. Türkiye İstatistik Kurumu sitesinden alınmıştır. <http://rapory.tuik.gov.tr/11-03-2015-09:36:34-51605974481714007752329651.pdf>
- TUİK (2013c). *İllere ve Medeni Duruma Göre Mutluluk Düzeyi*. Türkiye İstatistik Kurumu sitesinden alınmıştır. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1068
- Türkiye Turizm Stratejisi (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü* sitesinden alınmıştır. www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11699/turkiyeturizmstratejisi.html
- Ukav, İ. (2010). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Katkısı, Adıyaman Örneği. S.Öztürk ve Y.Tosun (Ed.), *II. Ulusal Medeniyetler Kavşağı Adıyaman Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (ss.219-235). İstanbul: Adıyamanlılar Vakfı Yayınları.
- Walker, K. (2008). *Tools to Enhance Community Capacity to Critically Evaluate Tourism Activities*, In G. Moscardo (Ed.) *Building Community Capacity for Tourism Development* (pp. 86-100). Wallingford: Cabi.
- Wang, N. (2000). *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*. Oxford: Pergamon.
- Zwicker, G. & Marlin, A. J. (2009). *Understanding and Building Community Capacity in New Brunswick's Forestry Communities*. Sackville: Rural and Small Town Programme, Mount Allison University.