

# Turizmde Önde Gelen Ülkelerde Normlar, Güven ve Sosyal Ağlar Temelinde Sosyal Sermaye

Serkan POLAT\* & Semra AKTAŞ POLAT\*\*

## Özet

*Sosyal sermaye ile ilişkili olarak farklı disiplinler içerisinde çok geniş bir alanı kapsayan araştırma alanı bulunmaktadır. Çalışmanın temel amacı; normlar, güven ve sosyal ağlar bileşiminin bir ürünü olan sosyal sermayenin, dünya sıralamasında ön sıralarda yer alan turizm destinasyonları bağlamında bir farklılaşmaya neden olup olmadığı sorusuna cevap aramaktır. Araştırmada, Dünya Değerler Araştırması Birliği'nin Beşinci Dalga ve Altıncı Dalga verilerinden yararlanılmıştır. Betimsel analiz yöntemi ile elde edilen bulgular, ülkeler bazında yorumlanmıştır. Bu bağlamda, turist sayısı açısından dünya sıralamasında önde yer alan ülkelerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmadığı ve sosyal sermayenin bu ülkeler arasında önemli bir farklılaşmaya yol açmadığı sonucuna ulaşılmıştır.*

*Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, Normlar, Güven, Sosyal Ağlar, Turizm*

---

## Social Capital Based on Norms, Trust and Social Networks In The Leading Tourism Countries

### Abstract

*There is a very comprehensive research area within different disciplines related to social capital. The main purpose of the study is to answer whether social capital, which is composed of norms, trust and social networks, causes a differentiation among the leading tourism destinations in the world. In this research, the fifth and sixth waves prepared by World Values Survey Association as secondary data were used. The*

---

\* Dr. Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, serkanp@sakarya.edu.tr.

\*\* Dr. Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, saktas@sakarya.edu.tr.

*findings acquired by descriptive analysis are interpreted in the context of each country. According to the results, it is found that the social capital level of the leading tourism destinations is not high and there is no a remarkable difference among the leading tourism destinations in the context of social capital.*

**Keywords:** Social Capital, Norms, Trust, Social Networks, Tourism

---

## 1. GİRİŞ

Sosyal sermaye kavramı, nispeten yeni bir kavram olarak karşımıza çıksa da kavramın aslında toplumu toplum yapan dinamikler arasında en başından beri rol aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Kavramın ortaya çıkışını izleyen yazın taraması sonucunda “sosyal sermaye” kavramı ile ilgili görüşlerin benzer olduğu ifade edilebilir. Sosyal sermaye Bourdieu’nun<sup>1</sup> ifadesinde olduğu gibi kişi ya da grubun kaynaklarının bütünü şeklinde yorumlanabilir. Bu yaklaşımla, sosyal sermayenin temel dayanağı insan ve toplumdur. Ne kadar insan tanıyor ve ilişki kuruyorsak sosyal sermayemiz o kadar zengindir.<sup>2</sup> Bu nedenle, sosyal sermaye sosyal ilişkilerde gelişir.<sup>3</sup> Kolektif eylemi<sup>4</sup>, yerel ve ekonomik kalkınmayı<sup>5</sup> ifade eder.

Bir toplumun sosyal sermayesinin yorumlanmasında, o toplumun aileye, işe, dine, boş zamana, dost ve akrabalara, komşulara ve siyasete verdiği önem ile insanlara duyulan güven ve sivil toplum kuruluşlarına üyelikte sorgulanan sivil katılım oranı önem arz etmektedir. Endüstri devrimi ile birlikte yaşanan değişim, sosyal sermayenin önemini ortaya çıkarmıştır. Önceleri karşılıksız, gönüllülük esasına dayanan bazı eylemler, zamanla karşılıklılık esasına dayanır olmuştur. Yaşanan teknolojik gelişmeler, hızla büyüyen kentleşme oranları, insanlar arasındaki güven duygusunu da zedelemiştir. Geleneksel yaşamdan, modern yaşama geçiş ile birlikte değişen aile yapısı, eğitim sistemi, kurumlar ve işletmecilik anlayışı ile “biz” duygusu, yerini “önce ben” anlayışına bırakmıştır. Böyle bir yapıda ise insan yalnızlaşarak, kendi gerçekliğinden uzaklaşmıştır.

---

1 Pierre Bourdieu, “The Forms of Capital” in, J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (New York, Greenwood, 1986).

2 John Field, *Sosyal Sermaye*, (çev. Bahar Bilgen ve Bayram Şen). 2. Basım (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008).

3 Nan Lin, “Sosyal Sermaye Network Kuramının İnşası”, (çev. Adem Öğüt & Cihat Erbil), içinde Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki. Ünal (der), *Sosyal Sermaye Kuram-Uygulama-Eleştiri*, (İstanbul: Değişim Yayınları, 2010).

4 Sheoli Pargal; Mainul Huq and Daniel Gilligan, “Social Capital in Solid Waste Management: Evidence from Dhaka, Bangladesh”, *Social Capital Initiative Working Paper No. 16*, 1999.

5 Anthony J. Bebbington and Thomas F. Carroll, “Induced Social Capital and Federations of the Rural Poor”, *Social Capital Initiative Working Paper No. 19*, 2000.

Yalnızlaşan modern insanın aileye, işe, dine, boş zamana, dost ve akrabalara, komşuluk ilişkilerine ve siyasete bakış açısında fayda esası, temel rol oynamaya başlamıştır. Faydacı anlayışla hareket eden modern insan, çevresindeki insanları güvenilmez olarak görme konumuna gelmiş ve gönüllülük esasına dayanan sivil katılımdan kendisini soyutlamanın yanı sıra iş ve ev yaşamına sıkışmış kalmıştır. Modern insan, komşusuyla karşılaşmayan, dolayısıyla komşusunu tanımayan ve çekirdek aile dışında dayı, hala, kuzen gibi diğer aile bireyleri ile yok denecek düzeyde bir ilişki kurar hale gelmiştir. Peki, böyle bir senaryo nereye kadar uzanmaktadır. Modern insanın bu gerçekliği kaçınılmaz olmuş olsa da her şey bu kadar karamsar bir tabloya sıkışıp kalmamıştır ve kalmasını beklememek gerekir. Aksi takdirde, toplumları bir araya getiren sosyal sermayenin yok oluşu gündeme gelecektir.

Sosyal sermayenin yok olması toplumsal bir hastalığa dönüşecektir. Bu yokluk, doğal olarak sosyal duyarsızlığı, güvensizliği ve yalnızlığı beraberinde getirecektir. Mutluluk, hastalık ve ölüm gibi birlik ve dayanışmayı gerektiren tüm hallerde, yalnız kalmak kaçınılmaz olacaktır. Düğünler ve bayramlar, yalnızlık nedeniyle anlamını kaybetmeye başlayacak hastalar, yatağında yalnız kalacak insanlar, hayatlarını kaybettiklerinde, cenazelerinde resmi görevliler dışında kimse olmayacaktır. Tamamıyla böyle bir toplumsal yapı yoktur. Toplumsal norm ve değerlerin yanı sıra devlet, din ve siyaset de böyle bir toplumsal yapının oluşmasını önlemek için vardır. Değerler üzerinde yaşanan değişim, devlet politikalarının temelini oluşturmaktadır. Sağlıklı toplum modeli için sürekli arayışlar devam etmektedir. Fromm<sup>6</sup> sağlıklı toplumu tanımlarken, sağlıklı toplumda güvenin arttığını ifade etmiştir. Toplumsal güveni artıracak hukuksal düzenlemeler, gelir eşitsizliğinin azalması, eğitim sisteminin yenilenmesi ve dini özgürlük gibi uygulamalarla birlikte sağlıklı toplumların temeli atılmaktadır.

Bir hizmet endüstrisi olan turizm, özellikle istihdamı artırıcı etkisi, bölgeler arası dengeli kalkınmaya etkisi, ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkisi, döviz geliri etkisi, yatırımlara olan etkisi ve diğer ekonomik sektörlerle olan çarpan etkisi ile birlikte başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere birçok ülkenin hükümet politikaları arasında her zaman öncelikli olarak yer almıştır.

Sosyal sermayenin turizm ile ilgisinde, ekonomik ve sosyolojik kayguların asıl odak noktası olduğu ifade edilebilir. Dünya Turizm Örgütü<sup>7</sup>

6 Erich Fromm, *Sağlıklı Toplum*, (çev. Yurdanur Selman & Zeynep Tanrıseven). 4. Baskı, (İstanbul: Payel Yayınevi, 2006)

7 UNWTO, "UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition". <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. (Erişim Tarihi: 14.07.2015).

verilerine göre, 2014 yılında 1 milyar 133 milyon kişi turizm hareketliliğine katılmıştır. Böyle bir hareketlilik, dünyanın farklı kıtalarından birçok ülke, din ve kültürden gelen insanları karşı karşıya getirerek, farklılıkları ortak paydada birleştirmektedir.

Sosyal sermaye perspektifinden turizmin yorumlandığı bu çalışmada, ilk olarak sosyal sermayenin tanımı ve ölçümüne yer verilmiştir. Sonrasında, sosyal sermaye ve turizm ilişkisine yönelik literatüre yer verilmiştir. Son olarak Dünya Turizm Örgütü<sup>8,9,10</sup> verilerine göre 2012, 2013 ve 2014 yıllarında, turist gelişleri bakımından önde gelen ülkelerin sosyal sermaye düzeyleri yorumlanmaya çalışılmıştır. Turist sayısı bakımından önde gelen ülkelerin sosyal sermaye düzeylerinin yorumlanmasında, Dünya Değerler Araştırması Birliği'nin yaptığı, Dünya Değerler Araştırması<sup>11</sup> verilerinden yararlanılmıştır. "Sosyal sermaye" bu çalışmada Putnam<sup>12,13</sup>; Woolcock ve Narayan<sup>14</sup> ile Lin<sup>15</sup> ve Bourdieu'nun<sup>16</sup> sosyal sermayeyi tanımlarken kullandıkları aile, aile bağları, akrabalık, komşuluk, dostluk, arkadaşlık gibi kavramları içine alan "normlar", bu normlar çerçevesinde sosyal sermayenin en önemli göstergelerinden sayılan "güven" ve bireyin yaşam alanındaki çeşitli sosyal ilişkileri içeren "sosyal ağlar" bağlamında kullanılmıştır.

8 UNWTO, "UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition". <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/97892844> [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_en\\_hr.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf). (Erişim Tarihi: 30.11.2013).

9 UNWTO, "UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition". [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf). (Erişim Tarihi: 16.12.2014).

10 UNWTO, 2015, a.g.e.

11 World Values Survey, "Documentation". <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>. (Erişim Tarihi:16.05.2014).

12 Robert D. Putnam, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, (New Jersey: Princeton University Press., 1993);

13 Robert D. Putnam, "Tuning in, Tuning out: the Strange Disappearance of Social Capital in America". *P.S: Political Sciences and Politics*, Vol. 28, No: 4, (December), 1995, p. 664-683.

14 Michael Woolcock and Deepa Narayan, "Social Capital: Implications For Development Theory, Research, and Policy", *The World Bank Research Observer*, Vol.15, No. 2, 2000, p. 225-249.

15 Nan Lin, "Building a Network Theory of Social Capital", *Connections*, Vol. 22, No: 1, 1999, p. 28 -51

16 Pierre Bourdieu, 1986, a.g.e.

## 2. SOSYAL SERMAYE TANIMI VE ÖLÇÜMÜ

Hanifan'a<sup>17</sup> göre sosyal sermaye bireylerin günlük yaşamlarında, yakın çevreleri ile olan dostluk ve arkadaşlık gibi ilişkilerini ifade eder. Hanifan'ın<sup>18</sup> yakın çevre ile ilişkilerde tanımladığı sosyal sermaye, Coleman'ın<sup>19</sup> tanımında kurum veya kişilerin faaliyetlerini kolaylaştıran bir olgu olarak kabul edilmektedir. Bourdieu'nun<sup>20</sup> tanımında ise sosyal sermaye tanışıklık ve tanınmaya dayanan bir olgu olarak, bireyin ya da grubun fiili ve potansiyel bütün kaynaklarının toplamı olarak görülmektedir. Putnam<sup>21</sup> ile Woolcock ve Narayan<sup>22</sup> sosyal sermayeyi; ağlar, normlar ve güveni içeren sosyal yaşamın özelliklerinde aramaktadır. Fukuyama'ya<sup>23</sup> göre sosyal sermaye; dinden, gelenekten, tarihten ve kültürden beslenir. Lochner ve diğ.<sup>24</sup> yerel halkın kilise veya mahalle derneklerine katılım sağlayıp sağlamadığı, toplum liderlerinin güvenilir olup olmadığı, mahalle halkının arkadaş canlısı olup olmadığı, insanların birbirlerine yardımcı olup olmadığı yönündeki tüm bu öğelerin, bir toplumun sosyal sermaye stokunu gösterdiğini ifade etmektedir. Ayrıca, sosyal sermaye seviyesinin düşük olması, suç oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Sampson ve diğ.<sup>25</sup> sosyal sermaye ve şiddet üzerine odaklanarak sosyal uyum ve gayri resmi toplumsal denetim üzerinden toplumsal etkiyi ölçmüştür. Lin,<sup>26</sup> sosyal sermayenin sosyal ağlar ve sosyal ilişkiler temelinde ölçülmesi gerektiğini savunmuştur. Eğer sosyal sermaye, toplumu amaçlarına ulaştırmada bir kaynak olarak kabul edilecekse, o zaman kendi kurumlarında, kendi kültüründe, iletişim ve örgütlenme biçimlerinde veya güven, işbirliği ya da girişim olarak ifade edilen ve paylaşılan psiko-

17 Lyda, J. Hanifan, "The Rural School Community Centre", *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, Vol. 67, Sep., 1916. p. 130-138.

18 Lyda Hanifan, 1916, a.g.m

19 James Samuel Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*. Vol. 94, 1988, p. 98.

20 Pierre Bourdieu, 1986, a.g.e, s. 51.

21 Robert Putnam, 1995, a.g.m, s. 664-665

22 Michael Woolcock ve Deepa Narayan, 2000, a.g.m.

23 Francis Fukuyama, "Social Capital and Civil Society". *International Monetary Found Working Paper*. No: 00/74, April, 2000, p.1.

24 Kimberly Lochner; Ichiro Kawachi, and Bruce P. Kennedy, "Social Capital: a Guide to its Measurement.", *Health & Place*, Vol.5, No: 4, 1999, p. 259-270.

25 Robert J Sampson; Stephen W. Raudenbush and Felton Earls, "Neighborhoods and Violent Crime: A Multilevel Study of Collective Efficacy", *Science*, 277, 5328, 1997, p. 918-924,

26 Nan Lin, 1999, a.g.m, s. 35.

sosyal özelliklerinde aranabilir.<sup>27</sup> Bjørnskov ve Svendsen<sup>28</sup> sosyal sermaye ölçümünde; mikro, orta (meso) ve makro olmak üzere üç farklı yaklaşım tespit etmişlerdir.

Reid ve Salmen<sup>29</sup> sosyal sermayeyi, bir toplumun üyeleri, kurum ve kuruluşları arasındaki ilişkilerde görülen kişilerarası güven olarak ifade etmiş ve çiftçi ile teknisyen arasındaki güvenin derecesini, tarımsal üretimde artışın bir anahtarı olarak görürken, temas grupları ile toplumun diğer üyeleri arasındaki güvenin derecesini ise toplumsal gelişimin katalizörleri olarak değerlendirmişlerdir. Norris<sup>30</sup> sosyal sermaye açısından, toplumların tipolojisine ilişkin yapısal ve kültürel boyut olmak üzere sosyal sermayeyi; zayıf, melez ve yoğun olarak değerlendirmiştir.

Van Deth<sup>31</sup> sosyal sermaye üzerine yapılan araştırmaların, genel olarak yapısal ve kültürel yaklaşım doğrultusunda; sosyal ağlar, güven ve norm ile değerler olmak üzere üç düzeyde incelendiğini ifade etmiştir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ve İngiltere Ulusal İstatistik Ofisi'nin (ONS) sosyal sermaye ölçüm çerçevesi; (1) sosyal katılım, (2) sivil katılım, (3) sosyal ağlar ve sosyal destek, (4) karşılıklılık ve güven, (5) yerel çevre hakkındaki görüşler olmak üzere beş başlık altında toplanmaktadır.<sup>32,33</sup> Lattin ve Young<sup>34</sup> (1) Kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla değeri, (2) Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı İnsani Gelişim Endeksi, (3) Freedom House Özgürlük Endeksi, (4) Fraser Enstitüsü Dünya Ekonomik Özgürlük Endeksi, (5) Standartlara Uygunluk Endeksi, (6) Standard&Poor's yabancı para kredi tutarı, (7) Moody's yabancı para kredi tutarı, (8) Dünya Bankası Yönetişim Göstergeleri Raporu İfade Özgürlüğü ve Hesap Verebilirlik Endeksi, (9) Dünya Bankası Yönetişim Göstergeleri Raporu Hükümet Etkinliği Endeksi, (10) Dünya Bankası Yö-

27 Alex, Inkeles, "Measuring Social Capital and its Consequences". Policy Sciences. Vol.33, No: 3-4, 2000, p. 245-268.

28 Christian Bjørnskov and Gert Tinggaard Svendsen, "Measuring Social Capital-is There a Single Underlying Explanation?" Working Paper, 03-5, 2003, p. 36.

29 Catherine Reid and Lawrence Salmen, "Understanding Social Capital. Agricultural Extension in Mali: Trust and Social Cohesion", Social Capital Initiative Working Paper No. 22, 2000, p.1

30 Pippa Norris, *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activitism*. (Cambridge University Pres., 2002), p. 153.

31 Jan W. Van Deth, "Measuring Social Capital: Orthodoxies and Continuing Controversies". *Intertanional. Journal of Social Research Methodology*. Vol.6, No: 1, 2003, p. 79-92.

32 Rosalyn Harper and Maryanne Kelly, "Measuring Social Capital in the United Kingdom". *Office for National Statistics*. December, 2003, p.7.

33 Frederic Foxtom and Richard Jones, "Social Capital Indicators Review". *Office for National Statistics*. September, 2011, p.3.

34 Ronald Lattin and Stephen Young, "Country Ranking: Social Capital Achievement", *Caux Round Table*, 2005, p.2-5.

netişim Göstergeleri Raporu Düzenleyici Kurulların Kalitesi, (11) Dünya Bankası Yönetişim Göstergeleri Raporu Hukukun Üstünlüğü, (12) Dünya Bankası Yönetişim Göstergeleri Raporu Yolsuzluk Kontrolü, (13) Uluslararası Şeffaflık Örgütü Yolsuzluk Algılama Endeksi olmak üzere on üç kriter üzerinden ülkelerin sosyal sermaye başarı sıralamasını yapmıştır. Bu sıralamaya göre; sırasıyla Hollanda, Finlandiya, İsveç, Avustralya, Birleşik Krallık, İsviçre, Kanada, İzlanda, Amerika Birleşik Devletleri ve Norveç ilk onda yer almaktadır. Türkiye ise 181 ülke arasında 80. sırada yer almaktadır.

Kawachi ve diğ.<sup>35</sup> gelir eşitsizliği ve ölüm oranları ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi; sivil katılım, algılanan adalet eksikliği ve toplumsal güvensizlik doğrultusunda test etmiştir. Belediye çalışanları çöp toplama konusunda yetersiz olduğu için Bangladeş'in Dakka mahallesinde bazı hane halklarının, çöp toplama amacıyla organize olmalarını konu edinen Pargal ve diğ.<sup>36</sup> sosyal sermayenin, kolektif eylemlerin kritik bir belirleyicisi olduğunu düşünmüş ve bu nedenle sosyal sermaye ve toplum bütünlüğünün eşit olduğunu savunmuştur.

Rose<sup>37</sup> sosyal sermayeyi; mal ve hizmetlerin paylaşımı veya üretilmesinde resmi ve gayri resmi sosyal ağlar stoku olarak tanımlamış ve Rusların günlük yaşamlarında başvurduğu ağları tanımlayarak sosyal sermayeyi analiz etmiştir. Rose'un<sup>38</sup> ifadesine göre, eğer sosyal sermaye belirsiz bir sembolden daha fazlasıysa, o halde sosyal sermaye, önemli bir araç ve mal ve hizmet üretimine katkıda bulunan bir kaynak olmalı ve bireylerin refahını sağlamak için kullanılan kaynakların bir parçası olarak analiz edilmelidir.

Fachamps ve Minten<sup>39</sup> sosyal sermayenin, ekonomik üretim süreçlerinin modellenmesinde nadiren kullanıldığını, ancak sosyal sermayenin işlem maliyetleri ile gerçek dünyada; emek sermayesi, fiziksel ya da beşeri sermaye kadar getirileri olabileceğini ifade etmişlerdir. Krishna ve Uphoff<sup>40</sup> tarafından, Hindistan'ın Rajasthan Eyaletinde yapılan bir araştır-

35 Ichiro Kawachi at all, "Social Capital, Income Inequality, and Mortality", *American Journal of Public Health*, Vol.87, No:9, 1997, p. 1491-1498.

36 Sheoli Pargal; Mainul Huq ve Daniel Gilligan, 1999, a.g.m, s.1.

37 Richard Rose, "Getting Things Done in an Anti-Modern Society: Social Capital Networks in Russia", *Social Capital Initiative Working Paper No. 6*, 1998, p. 3-6.

38 Richard Rose, "What Does Social Capital Add to Individual Welfare", *Social Capital Initiative Working Paper No. 15*, 1999, p. vii.

39 Marcel Fachamps and Bart Minten, "Social Capital and the Firm: Evidence from Agricultural Trade," *Social Capital Initiative Working Paper No. 17*, 1999, p.ix.

40 Anirudh Krishna and Norman Uphoff, "Mapping and Measuring Social Capital: A Conceptual and Empirical Study of Collective Action for Conserving and Developing Wa-

mada, sosyal sermaye ve kalkınma arasındaki ilişki irdelenmiş ve bu çalışmada, sosyal sermayenin hem işbirliğinin gelişiminde hem de havzanın korunmasında pozitif ve sürekli bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Isham ve Kähkönen<sup>41</sup> içme suyu projelerinde, sosyal sermaye düzeyi yüksek olan köylerde, katılımın yüksek olması ihtimalinin yüksek olabileceği ve sosyal sermayesi düşük olan köylerde, böyle yatırımlardan kaçınılması gerektiğini vurgulamışlardır.

Gugerty ve Kremer<sup>42</sup> kırsal alanlardaki kadın grupları ve Batı Kenya'daki ilköğretim okulları arasında kalkınma projelerinin sosyal sermaye oluşumu üzerindeki etkisini değerlendirmiş ve çalışmanın sonucunda, sosyal sermayenin kolayca oluşturulamayacağı, fon ya da politikalar aracılığıyla da oluşturulması ihtimalinin düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bebbington ve Carroll<sup>43</sup> sosyal sermayenin, yerel kalkınma üzerinde etkisi olabileceği üzerinde durmuşlardır. Sabatini'nin<sup>44</sup> ifadesine göre, çoğu araştırma, sosyal sermayenin literatürde belirtilen; güven, sosyal ağlar ve sosyal normlar temelinde değil de dolaylı göstergeleri ile analiz edilmeye çalışılmaktadır. Örneğin suç oranları, genç yaşta hamilelik oranları, kan bağıışı oranları ve yükseköğretime katılma oranları gibi göstergeler ampirik araştırmaların popüler konularındandır. Diğer taraftan, bu göstergelerin kullanımı, sonuçlarından farklı olarak, sosyal sermayenin ne olduğu ile ilgili karışıklığa neden olmaktadır.

### 3. SOSYAL SERMAYE VE TURİZM

Sosyal sermayenin turizm ile ilişkisinde odak nokta, ekonomik fayda üzerinde toplanmaktadır. Zahra ve McGehee,<sup>45</sup> sosyal sermaye perspektifinden ev sahibi toplumlar üzerinde, turistlerin bölge halkının kalkınması için katıldığı faaliyetler bütünü olan gönüllü turizmin ve turistlerin etkisini incelemişlerdir. Bir toplumda aracı ve bağlayıcı sosyal sermayenin gönüllü turizmden nasıl etkilendiğinin sorgulandığı çalışmada, gönül-

---

tersheds in Rajasthan, India", *Social Capital Initiative Working Paper* No. 13, 1999, p.1.

41 Jonathan Isham and Satu Kähkönen, "What Determines the Effectiveness of Community-Based Water Projects? Evidence from Central Java, Indonesia on Demand Responsiveness, Service Rules, and Social Capital", *Social Capital Initiative Working Paper* No. 14, 1999, p. xii.

42 Mary Kay Gugerty and Michael Kremer, "Does Development Assistance Help Build Social Capital?" *Social Capital Initiative Working Paper* No. 20, 2000, p.17.

43 Anthony J. Bebbington ve Thomas F. Carroll, 2000, a.g.m, s. xiii.

44 Fabio Sabatini, "The Empirics of Social Capital and Economic Development: A Critical Perspective", *Nota di Lavoro, Fondazione Eni Enrico Mattei*, No.15, 2006, p.9.

45 Anne Zahra and Nancy Gard McGehee, "Volunteer Tourism: A Host Community Capital Perspective", *Annals of Tourism Research*, Vol. 42, July, 2013, p.40.



lü turizmin sadece toplumların sosyal sermayesini değil, aynı zamanda refah sermayesi ve bireysel sermaye üzerinde de etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mura ve Tavakoli<sup>46</sup> turizm ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiye odaklanılmışlardır. Sosyal sermaye seviyesinin yükseltilmesinde, turizmin nasıl bir katkısı olabileceğinin ihmal edildiğini ifade eden Mura ve Tavakoli,<sup>47</sup> etnik kökeni ne olursa olsun insanlar arasında sosyal ilişkileri güçlendiren turizmin, çeşitli Malezyalı etnik gruplar arasında, güvenin ve sosyal sermayenin daha iyi seviyelere taşınmasını destekleyen sosyal bir uygulama olduğunu ifade etmişlerdir.

Spor turizmi etkinliklerinin, sosyal sermayenin inşası üzerindeki rolünü irdeleyen Jamieson<sup>48</sup> bu konudaki çalışmaların az olması ile birlikte konuya ilginin de giderek arttığını ifade etmektedir. Jamieson<sup>49</sup> Güney Avustralya'da düzenlenen "Tour Down Under" bisiklet yarışlarının, sosyal sermayenin inşası üzerindeki rolünü incelemiştir. Jamieson<sup>50</sup> bu tür etkinliklerin, toplumları birbirine bağlayan tutkal görevini üstlendiğini ve özellikle toplumun dayanışmacı sosyal sermayesinin inşasında önemli olduğunu ifade etmiştir. Ooi ve diğ.<sup>51</sup> sosyal ve beşeri sermaye arasındaki farklar sorgulandığında, sosyal sermayenin özellikle kriz dönemlerinde olumlu yönleri olduğunu ifade etmişlerdir. Firma performansı üzerinde, beşeri ve sosyal sermaye çeşitliliğinin etkisine odaklanan Ooi ve diğ.<sup>52</sup> Asya ekonomisinden seksen beş turizm firması üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada; turizm endüstrisi bağlamında, yönetim kurulunun sosyal sermayesindeki çeşitliliğin, firma performansı üzerinde olumlu etkiye sahip olmasıyla beraber, yönetim kurulunun beşeri sermayesindeki çeşitliliğin, firma performansı üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizmde girişimcilik üzerinde, bireysel sosyal sermayenin olumlu bir etkisinin tespit edildiğini ifade eden Zhao ve diğ.<sup>53</sup> sosyal sermaye ve tu-

46 Paolo Mura and Rokhshad Tavakoli, "Tourism and Social Capital in Malaysia", *Current Issues in Tourism*, Vol. 17, No.1, 2014, p. 28-45.

47 Ibid., s.41.

48 Nigel Jamieson "Sport Tourism Events as Community Builders-How Social Capital Helps the "Locals" Cope", *Journal of Convention & Event Tourism*. Vol. 15, No. 1, 2014, p. 60.

49 Ibid., s.57.

50 Ibid, s.63.

51 Chai-Aun Ooi; Chee-Wooi Hooy and Ahmad Puat Mat Som, Diversity in Human and Social Capital: Empirical evidence from Asian Tourism Firms in Corporate Board Composition. *Tourism Management*. Vol. 48, June, 2015, p. 139.

52 Ibid.

53 Weibing Zhao; J.R. Brent Ritchie and Charlotte M. Echtner, "Social Capital and Tourism Entrepreneurship", *Annals of Tourism Research*. Vol 38, No: 4, 2011, p. 1570.

rizm girişimciliğini konu edindikleri çalışmada; yapısal, ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayenin kurumsal yetenek ve girişimcilik üzerindeki etkisini irdelemiş ve şu sonuçlara ulaşmışlardır;

- Yapısal sosyal sermaye, hem kurumsal yetenek hem de girişimcilik (turizm işletmesi kurma) üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.
- İlişkisel sosyal sermaye, kurumsal yetenek üzerinde etkili olsa da girişimcilik üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir.
- Bilişsel sosyal sermaye, hem kurumsal yetenek hem de girişimcilik üzerinde zayıf bir etkiye sahiptir.

Sürdürülebilir turizm desteğinde, sosyal sermayenin ve ağ tasarımı- nın; işletmeler, yerel ve resmi otoriteler ile turizm gelişiminden sorumlu kurumlar açısından önemine odaklanan Agheorghiesei ve Nita'nın<sup>54</sup> ifade- sine göre turizm, bir ülkenin ekonomisini, diğer alanlara göre daha fazla üst seviyelere taşıyan bir ağ endüstrisidir. Ağların ve sosyal sermayenin turizmde önemli olmasının nedenlerinden birisi, turizm destinasyonunda turistleri çekmek amacıyla kullanılan kaynakların büyük bir bölümü (fi- ziksel kaynaklar, plajlar, göller, mağaralar, ulusal parklar, müzeler, sanat galerileri vb.) topluma aittir. Toplumsal kalkınma üzerinde, turizm en- düstrisinin rolü göz önüne alındığında sosyal sermaye; tutarlılık, işbirliği ve istikrar gibi fırsatları oluşturan güvene dayalı ilişkiler açısından kazanç sağlamaktadır.<sup>55</sup>

Nepal turizminin sosyo-kültürel etkilerinin analizinde, sosyal serma- ye kavramını öneren Shakya<sup>56</sup> turizmin, yerel çatışmaları artırabileceği ve yeni kurumların oluşumu, geliştirilmesi ve yukarı doğru ekonomik hareketlilik gibi fırsatlar oluşturabileceği gibi, kendiliğinden gelişen yar- dım mekanizmasını zayıflatabileceğini de ifade etmiştir. Thammajinda,<sup>57</sup> Tayland'da son dönemlerde, turizm endüstrisinin hızla büyümesine rağmen, turizmden elde edilen faydanın çoğunlukla işletmelerle sınırlı kal- ması ve yerel halkın, hem turizmin tüm olumsuz etkilerinin yükünü çekip hem de çok az kazanmalarından hareketle, yerel halk katılımının düşük

---

54 Daniela Corodeanu Agheorghiesei and Valentin Nita, "The Network and the Social Ca- pital- Important Aces for Tourism Entrepreneurs", *Revista de Turism*. Vol. 7, No: 7, 2009, p. 17.

55 Ibid.

56 Martina Shakya, "Social Capital, Tourism and Socioeconomic Transformation of Rural Society Evidence from Nepal. Institut für Entwicklungsforschung und Entwicklungspo- litik", *Working Papers*. Nummer 208, 2014, p.i.

57 Rojana Thammajinda, "Community Participation and Social Capital in Tourism Plan- ning and Management in a Thai Context". (Doctoral dissertation) Lincoln University, 2013, p.ii.

seviyelerde olduğuna ve toplumsal katılımın, Tayland'da nasıl çalıştığını ortaya koymaya odaklanmıştır.

#### **4. TURİZM ÜLKELERİNİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYLERİ**

Dünya Değerler Araştırması (DDA), değişen değerleri ve bu değişimin toplumsal ve siyasal yaşam üzerindeki etkilerini değerlendiren küresel bir ağıdır. 1981 yılında başlatılan DDA çalışmaları, kâr amacı gütmeyen Dünya Değerler Araştırması Derneği tarafından koordine edilmektedir. DDA, insanların hayattan ne istediklerini ve nasıl bir inanç üzere yaşadıklarını gösterir. Bu değişiklikleri izlemek amacı ile 1981 yılından 2014 yılına kadar uzanan, altı dalga gerçekleştirilmiştir. Yedinci dalganın da 2017 yılında gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.<sup>58</sup> DDA, sosyal gruplara katılım, güven ve diğer sorular ile sosyal sermaye teorisinin elemanlarını sorgulamaktadır.<sup>59</sup>

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde, dünya genelinde turizmde önde gelen destinasyonların sosyal sermaye düzeyleri incelenmektedir. Bu çalışmanın amacı, turizmde önde gelen destinasyonların normlar, güven ve sosyal ağlar bağlamında “sosyal sermaye” düzeyinin tespit edilmesidir. Amacına göre tanımlayıcı bir araştırma olan bu çalışmada, karşılaştırmaya tabi tutulacak ülkelerin seçiminde Dünya Turizm Örgütü'nün verileri temel alınmıştır.

Çalışmanın kapsamını 2012, 2013 ve 2014 yıllarında turist sayısı bakımından, dünyanın ilk dokuz turizm destinasyonu oluşturmaktadır. 2012 yılında, seyahat eden turist sayısı ilk defa 1 milyar sınırını aşmış ve bu durum artarak devam etmektedir. 2012 yılında 1 milyar 35 milyon olan turist sayısı, 2013 yılında 1 milyar 87 milyon, 2014 yılında ise 1 milyar 133 milyon kişiye ulaşmıştır.<sup>60</sup> Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2012, 2013 ve 2014 yıllarında turist sayısı bakımından ilk dokuz ülkenin (Fransa, ABD, İspanya, Çin, İtalya, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık, Rusya) sıralamasında bir değişiklik olmamış, sadece onuncu sırada (2012, 2013 ve 2014 yıllarında sırasıyla; Malezya, Tayland ve Meksika) bir değişim

58 Christian Haerpfer, “World Values Survey Association”, 2015. <http://www.worldvalues-survey.us/WVSContents.jsp>. (Erişim Tarihi: 14.07.2015).

59 Russel J. Dalton and Nhu-Ngoc T. Ong, “Civil Society and Social Capital in Vietnam.” *Modernization and Social Change in Vietnam. Hamburg, Institut für Asienkunde*, 2005.

60 UNWTO, 2015, a.g.e

olmuştur.<sup>61,62,63</sup> Onuncu sırada yer alan ülkenin değişkenlik göstermesi, sağlıklı bir karşılaştırma yapılabilmesini mümkün kılmadığından 2012, 2013 ve 2014 yıllarında onuncu sırada yer alan Malezya, Tayland ve Meksika bu çalışmada analiz dışı bırakılmıştır. Bu nedenle, araştırma kapsamına dâhil edilen ülkeler sırasıyla; Fransa, ABD, İspanya, Çin, İtalya, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık ve Rusya Federasyonu'dur. Araştırma kapsamına dâhil olan ülkelerin 2012-2014 yılları arasında ağırladığı turist sayısı Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1: Uluslararası Turist Sayısı (Milyon/2012-2014)**

No	Ülke	Yıl		
		2012	2013	2014
1	Fransa	83,0	83,6	83,7
2	ABD	67,0	70,0	74,8
3	İspanya	57,7	60,7	65,0
4	Çin	57,7	55,7	55,6
5	İtalya	46,4	47,7	48,6
6	Türkiye	35,7	37,8	39,8
7	Almanya	30,4	31,5	33,0
8	Birleşik Krallık	29,3	31,1	32,6
9	Rusya Federasyonu	25,7	28,4	29,8

Kaynak: UNWTO, 2013: 6; UNWTO, 2014: 6; UNWTO, 2015:6

Tablo 1'e göre, 2012 ve 2014 yılları arasında turist gelişlerinde Fransa'nın ilk sırada, Rusya Federasyonu'nun ise dokuzuncu sırada yer aldığı görülmektedir. Turizm endüstrisinde, turist gelişleri bakımından önde yer alan ülkeler arasında "sosyal sermaye" açısından bir farkın olup olmadığı, eğer varsa bu farkın sosyal sermayenin hangi ayağından (normlar, güven, sosyal ağlar) kaynaklandığının tespit edilmesi amacıyla yürütülen bu çalışmada DDA verilerinden yararlanılmıştır.<sup>64,65</sup> ABD, Çin, İspanya, Türkiye, Almanya ve Rusya için Dünya Değerler Araştırması Derneği veri tabanından sağlanan altıncı dalga (2010-2014) verileri kullanılmıştır. Diğer taraftan Fransa, Birleşik Krallık ve İtalya'ya ilişkin altıncı dalga araş-

61 UNWTO, 2013, a.g.e., s.6.

62 UNWTO, 2014, a.g.e., s.6

63 UNWTO, 2015, a.g.e., s.6.

64 World Values Survey. Results Wave 5 (2005-2009). Crossing by Country.

65 World Values Survey. Results Wave 6 (2010-2014). Crossing by Country.

tırması gerçekleştirilmediğinden bu ülkeler için beşinci dalga (2005-2009) verileri değerlendirmeye alınmıştır. DDA; Fransa'da 2006, ABD'de 2011, İspanya'da 2011, Çin'de 2012, Türkiye'de 2011, Almanya'da 2013, Birleşik Krallık'ta 2005 ve Rusya'da 2011 yılında gerçekleştirilmiştir. Araştırma Fransa'da 1.001 kişi, ABD'de 2.232 kişi, İspanya'da 1.189 kişi, Çin'de 2.300 kişi, İtalya'da 1.012 kişi, Türkiye'de 1.605 kişi, Almanya'da 2.046 kişi, Birleşik Krallık'ta 1.041 kişi ve Rusya'da 2.500 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Sosyal sermayenin norm ve değerler, güven ve sosyal ağlar ile yorumlanarak<sup>66,67,68,69,70</sup> bir anlam ifade edeceği düşüncesi ile hareket edilen bu çalışmada;

- Normlar; DDA'da insanların yaşamlarında aileye, dostluk ve arkadaşlıklara, boş zamana, siyasete, çalışmaya ve dine verdikleri önemi ifade etmektedir.
- Güven; DDA'da katılımcılara yöneltilen "Sizce genelde insanların çoğunluğuna güvenilebilir mi?" ve "Başkalarıyla bir ilişki kurarken veya iş yaparken çok dikkatli olmak mı gerekir?" sorularına verilen yanıtları ifade etmektedir.
- Sosyal ağlar; DDA'da katılımcılara yöneltilen dernek ve vakıflara üyeliği ifade eder. DDA'da yer alan dernek ve vakıf üyelikleri; dini dernek, vakıf, kuruluş, cami yaptırma derneği gibi kuruluşlara üyelik, spor kulüplerine; boş zamanları değerlendirme kuruluşlarına üyelik, eğitim, sanat, müzik gibi alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlara üyelik, sendikalara üyelik, siyasi partilere üyelik, çevreci kuruluşlar; çevre koruma dernekleri, vakıflara üyelik, meslek kuruluşlarına (örneğin meslek odaları, esnaf odaları, barolar) üyelik, hayır kuruluşları; yardım dernekleri; insani örgütlere üyelik, tüketici kuruluşları, tüketiciyi koruma<sup>71</sup> dernekleridir.

DDA'da yer alan normlara ilişkin ifadelere verilen, çok önemli ve oldukça önemli yanıtı, güvene ilişkin yöneltilen ifadeye verilen, çoğu insana güvenilir yanıtı ve sosyal ağlara üyelikle ilgili ifadelere verilen, aktif üye yanıtı, sosyal sermayenin söz konusu ülke için yoğun olabileceğini ifade

66 Robert Putnam, 1995 a.g.m

67 Michale Woolcock ve Deepa Narayan,2000, a.g.m

68 Alex Inkeles, 2000, a.g.m

69 Jan W.Van Deth, 2003, a.g.m

70 Fabio Sabatini, 2006, a.g.m

71 Not: 6. Dalga soru formunda yer alan kuruluşlara üyelik ile ilgili olarak katılımcılara yöneltilen "V34. Psikolojik yardım veya destek grupları" ifadesi 5. Dalga soru formunda yer almadığından bu çalışmada analiz dışı bırakılmıştır.

etmektedir. Ancak, DDA'da yer alan normlara ilişkin ifadelere verilen, çok önemli değil ile hiç önemli değil yanıtı, güvene ilişkin yöneltilen ifadeye verilen, tedbirli olmak gerekir yanıtı ve sosyal ağlara üyelikle ilgili ifadelere verilen, pasif üye ve üye değil yanıtı, sosyal sermayenin söz konusu ülke için zayıf olabileceğini ifade etmektedir.

#### *4.1. Sosyal Sermayede Normlar*

Çalışmada, öncelikle sosyal sermayenin dinamiklerinden "normlar" incelenmiştir. Bu doğrultuda, DDA'da katılımcılara yöneltilen; ailenin, dostluk ve arkadaşlıkların, boş zamanın, siyasetin, çalışma ile dinin yaşamdaki yeri ve önemine ilişkin ifadelerden yola çıkarak, araştırmaya dâhil edilen ülkeler arasında bir karşılaştırma yapılmış ve yapılan karşılaştırmanın sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2: Sosyal Sermayede Normlar**

		Ülke (%)									
		Fransa	ABD	İspanya	Çin	İtalya	Türkiye	Almanya	Birleşik Krallık	Rusya	
NORMLAR	Aile	Çok Önemli	86,2	90,9	91,1	85,7	93,0	95,4	77,6	93,3	85,0
		Oldukça Önemli	11,3	7,3	8,4	12,8	6,2	4,3	17,9	5,0	12,7
		Çok Önemli Değil	1,9	0,8	0,2	0,5	0,4	0,1	3,6	1,0	1,3
		Hiç Önemli Değil	0,4	0,6	0,2	0,1	0,1	0,1	0,6	0,4	0,5
	Dost Arkadaşlar	Çok Önemli	58,7	53,5	52,4	46,6	47,0	58,0	50,9	68,8	34,6
		Oldukça Önemli	33,3	39,8	42,8	44,4	45,9	38,9	42,6	27,7	45,8
		Çok Önemli Değil	6,8	5,1	3,5	6,7	5,9	2,3	6,1	2,8	15,2
		Hiç Önemli Değil	1,1	0,8	0,1	0,4	0,6	0,4	0,3	0,6	3,5
	Boş Zaman	Çok Önemli	37,6	38,9	44,8	21,2	31,1	41,9	31,6	45,4	29,4
		Oldukça Önemli	49,1	51,6	46,3	48,6	54,6	43,2	55,8	43,3	45,2
		Çok Önemli Değil	11,1	8,0	7,6	24,4	12,5	12,0	11,4	9,7	18,5
		Hiç Önemli Değil	2,0	0,9	0,3	1,7	0,7	1,8	1,0	0,5	5,1
	Siyaset	Çok Önemli	11,9	11,2	5,9	10,4	9,3	16,1	10,1	9,2	6,9
		Oldukça Önemli	35,5	41,8	15,8	28,3	27,7	31,3	34,2	31,0	20,2
		Çok Önemli Değil	29,5	34,9	41,0	46,5	36,4	32,3	42,5	39,2	40,1
		Hiç Önemli Değil	23,0	11,0	36,5	7,2	25,0	19,2	13,1	20,3	30,3
	Çalışma	Çok Önemli	62,2	35,6	62,4	38,1	60,9	49,6	39,4	35,5	45,0
		Oldukça Önemli	30,7	44,3	22,3	41,5	33,9	31,7	40,5	35,3	29,3
		Çok Önemli Değil	2,6	12,9	7,8	13,3	2,7	11,9	9,9	10,5	9,4
		Hiç Önemli Değil	0,9	6,6	6,3	2,7	0,9	5,7	7,0	9,7	9,7
Din	Çok Önemli	13	40,4	10,7	2,6	34,0	68,1	13,1	20,7	14,3	
	Oldukça Önemli	27,8	28,0	21,3	8,0	41,2	24,6	24,9	19,4	27,5	
	Çok Önemli Değil	30,6	18,2	31,2	29,6	16,8	4,0	36,1	33,4	30,5	
	Hiç Önemli Değil	28,3	12,7	35,9	49,8	6,7	3,0	25,6	25,0	22,4	

Bu çalışmada, DDA'nın Fransa (2006), İtalya (2005) ve Birleşik Krallık (2005) için 5. Dalga verileri; ABD (2011), Çin (2012), İspanya (2011), Türkiye (2011), Almanya (2013) ve Rusya (2011) için 6. Dalga verileri kullanılmıştır.

Tablo 2'ye göre, Almanya'nın diğer ülkelere oranla aileye verdiği önem nispeten daha düşük olduğu görülse de, araştırmaya dâhil edilen tüm ülkelerin, aileye önem verdiği görülmektedir. Bu nedenle, araştırmaya dâhil edilen turizm destinasyonlarının genel bir ifade ile aile yaşamına önem verdiği ifade edilebilir. Birleşik Krallık'ın diğer ülkelere göre dost-

luk ve arkadaşlıklara daha fazla önem verdiği, Birleşik Krallık'ı sırayla Fransa, Türkiye, ABD ve İspanya'nın takip ettiği görülmektedir. Çin'in diğer ülkelere oranla, boş zamana kısmen daha az önem verdiği söylenebilir.

Tablo 2'ye göre ülkelerin siyasete verdiği önem düzeyinin düşük olduğu, ABD'nin diğer ülkelere oranla siyasete verdiği önem düzeyinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir. ABD'yi sırasıyla Türkiye ve Fransa'nın izlediği görülmektedir. Yaşamda çalışmaya verilen öneme ilişkin değerlere bakıldığında, Fransa'nın diğer ülkelere göre, yaşamda çalışmaya daha çok önem verdiği dikkat çekmektedir. Dine verilen önem değerleri incelendiğinde ise Türkiye'nin ilk sırada bulunduğu ve Türkiye'yi sırasıyla ABD ve İtalya'nın izlediği görülmektedir.

Bu noktada, sosyal sermayenin “normlar” unsuruna dâhil edilen, aileye verilen önem, dost ve arkadaşlara verilen önem, boş zamana verilen önem, siyasete verilen önem, çalışmaya verilen önem ve dine verilen önem turizm için neden önemlidir? sorusuna cevap vermek gerekmektedir. Bir ülkenin norm ve değerleri söz konusu ülkenin yaşam tarzı, yönetim anlayışı, siyaset anlayışı, işletmecilik anlayışı hakkında bilgi verebilmektedir. Bu nedenle, norm ve değerlere ilişkin göstergeler, hem söz konusu ülke için o ülkedeki/bölgedeki turizm etkinliklerinin nasıl bir zeminde yürütüldüğü konusunda bilgi vermekte hem de destinasyon imajının şekillenmesinde etkili olmaktadır. Ayrıca, son dönemlerde görülen kendi yaşam tarzlarına uygun turizm ürün ve hizmetlerini seçme eğilimi<sup>72</sup> nedeniyle geleceğe yönelik turizm projeksiyonlarının şekillenmesinde de ülkenin norm ve değerlerine ilişkin göstergeler önem arz etmektedir.

#### 4.2. Sosyal Sermayede Güven

Sosyal sermayenin bir diğer ayağı olan güvene ilişkin, DDA'da katılımcılara “Sizce genelde insanların çoğunluğuna güvenilebilir mi?” ve “Başkalarıyla bir ilişki kurarken veya iş yaparken çok dikkatli olmak mı gerekir?” şeklindeki sorular dikkate alınmıştır. Burada bahsedilen güven, genelleşmiş/kişilerarası güvendir. Kişilerarası güven, bir toplumda genel olarak insanlara güvenilip güvenilmediğidir. Söz konusu güven, aile fertlerine, akrabaya, arkadaşına, eşe ya da dostu duyulan güven değildir. Geleneksel kapalı toplumların özelliği, insanların kendilerinden saydıklarına, birincil ilişkide bulduklarına güvenmeleri, diğerlerine ise “yaban” gözüyle

---

72 Nur Ersun ve Kahraman Arslan, Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri, Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 2011, s. 233.



bakmalarıdır.<sup>73</sup> Bir örnekle açıklamak gerekirse; X, Y'ye güvenir; çünkü X, Y'nin içsel normlarına ve değerlerine ilişkin bilgiye sahiptir ve Y'nin onun zayıf yönlerini istismar etmeyeceğinden emindir.<sup>74</sup> Kısacası, burada bahsedilen güven, kişinin kendi sosyal çevresi dışındaki kişilere karşı duyduğu güveni ifade eder.<sup>75</sup> Çalışmaya dâhil edilen ülke vatandaşlarının bu sorulara verdikleri yanıtlar Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3: İnsanların Çoğuna Güvenilir**

		Ülke (%)								
		Fransa	ABD	İspanya	Çin	İtalya	Türkiye	Almanya	Birleşik Krallık	Rusya
GÜVEN	İfade									
	İnsanların çoğuna güvenilir	18,7	34,8	19,0	60,3	27,5	11,6	44,6	30,0	27,8
	Dikkatli olmak gerekir	80,8	64,3	78,0	35,2	66,7	82,9	53,8	68,3	66,2

Bu çalışmada, DD'nin Fransa (2006), İtalya (2005) ve Birleşik Krallık (2005) için 5. Dalga verileri; ABD (2011), Çin (2012), İspanya (2011), Türkiye (2011), Almanya (2013) ve Rusya (2011) için 6. Dalga verileri kullanılmıştır.

Tablo 3, "güven" unsurunun Türkiye'de, diğer ülkelere oranla oldukça düşük olduğunu gösterirken, Çin'in güven unsurunun diğer ülkelere oranla yüksek olduğu görülmektedir. Dünyanın en kalabalık nüfusa sahip ülkesi olan Çin'in istikrarlı siyasi yapısı ve ekonomide küresel bir aktör olmasından hareketle "istikrarlı!" bir ekonomiye sahip olduğu, bu istikrarın da güven üzerinde etkili olabileceği ifade edilebilir. 2010-2014 yılları arasında gerçekleştirilen DDA altıncı dalga<sup>76</sup> verilerine göre, "insanların çoğuna güvenilir" yanıtı verenlerin oranı %60,3 olan Çin'de, önceki yıllarda gerçekleştirilen araştırmalardaki oranlara bakıldığında bu oranın %49'un altına inmediği görülmektedir. Çin'de "insanların çoğuna güvenilir" diyenlerin oranı; 1990-1994 yılları arasında gerçekleştirilen DDA ikinci dalga<sup>77</sup> araştırmasına göre %59,4, 1995-1998 yılları arasında gerçekleştirilen

73 Yılmaz, Esmer, Devrim, Evrim, Statüko: Türkiye'de Sosyal, Siyasal, Ekonomik Değerler, (TESEV Yayınları 7, İstanbul, 1999), s.22.

74 Suna Başak, "Genelleşmiş Güven ve Toplumsal Cinsiyet," *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, C. 27, N. 1, Haziran, 2010, s. 57.

75 Burcu Özcan ve Fatma Zeren, "Sosyal Güven ve Ekonomik Kalkınma: Avrupa Ülkeleri Üzerine Mekansal Ekonometri Analizi", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Dergisi*, C. 8, N. 1, Nisan, 2013, s.11.

76 World Values Survey. Results Wave 6 (2010-2014), Crossing by Country, p.42.

77 World Values Survey. Results Wave 2 (1990-1994), Crossing by Country, p.92.

DDA üçüncü dalga<sup>78</sup> araştırmasına göre %50,4, 1999-2004 yılları arasında gerçekleştirilen DDA dördüncü dalga<sup>79</sup> araştırmasına göre %52,5 ve 2005-2009 yılları arasında gerçekleştirilen DDA beşinci dalga<sup>80</sup> araştırmasına göre ise %49,3 olmuştur.

Türkiye'nin bu konudaki geçmişine bakıldığında, güven oranlarının %18,6 seviyesinden yukarıya çıkamadığı ifade edilebilir. DDA ikinci dalga<sup>81</sup> araştırmasına göre %9,8; üçüncü dalga<sup>82</sup> araştırmasına göre %6,5; dördüncü dalga<sup>83</sup> araştırmasına göre %18,6; beşinci dalga<sup>84</sup> araştırmasına göre ise %4,8 olduğu görülmektedir. DDA verilerine göre, bu çalışmaya dâhil edilen ülkeler arasında Türkiye, kişilerarası güvenin en düşük olduğu ülkedir. Bu verilerden hareketle Türklerin, aileleri, yakın akraba ve arkadaşları dışında kalan kimselere çok fazla güvenmediği yorumu yapılabilir.

Bu noktada ise "güven" konusu turizm için neden önemlidir? sorusuna cevap vermek gerekmektedir. Turizm etkinliği için sosyal ilişkilerin varlığı olmazsa olmaz bir unsurdur. Etkileşimin daha az olduğu eylemlerde, güvene duyulan gereksinim daha az olurken, etkileşimin yüksek olduğu eylemlerde, güven zorunlu bir unsurdur.<sup>85</sup> Toplumsal düzeyde düşünüldüğünde ise güven, kültürün bir kaynağıdır ve ortaklıklar güven temeline dayanır<sup>86</sup>. Yüksek güven ortamında, turistlerin daha rahat hareket edeceği açıktır. Yüksek güven ortamında ortaya çıkabilecek çatışma ve sorunların çözümünde, insanlar şiddete başvurmazlar, böylesi bir çözüm düşük güven ortamının özelliğidir. Bu nedenle, yüksek suç oranları düşük güven ortamlarının göstergesidir. Düşük güven ortamında, bazı turistlerin suç kurbanı olmaları<sup>87</sup> ve aldatılmaları mümkündür. Bu konuda Pearce<sup>88</sup> turistlerin, ürün fiyatlandırma, değersiz ürünlerin değerliymiş gibi satılması, turistler ile yerel halkın kurmuş olduğu sahte ve çıkarıcı birliklikleri örnek vererek turistlerin pek çok konuda aldatılabildiğini belirtmiştir.

78 World Values Survey. Results Wave 3 (1995-1998), Crossing by Country, p.36.

79 World Values Survey. Results Wave 4 (1999-2004), Crossing by Country, p.22.

80 World Values Survey. Results Wave 5 (2005-2009), Crossing by Country, p.40.

81 World Values Survey. Results Wave 2 (1990-1994), Crossing by Country, p.92.

82 World Values Survey. Results Wave 3 (1995-1998), Crossing by Country, p.36.

83 World Values Survey. Results Wave 4 (1999-2004), Crossing by Country, p.22.

84 World Values Survey. Results Wave 5 (2005-2009), Crossing by Country, p.40.

85 Peter Michael Blau, *Exchange and Power in Social Life*, Transaction Publishers, 1964, p. 315.

86 Muhsin Halis ve Abdulkadir Şenkal, *Türk İşletme Kültüründe Ortaklık ve Güven*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2009, s. 121.

87 Paul A. Bourne, "Crime, Tourism and Trust in a Developing Country", *Current Research Journal of Social Sciences*, Vol. 2, No. 2, 2010, p. 69.

88 Philip L. Pearce, "Tourist Scams: Exploring The Dimensions of an International Tourism Phenomenon", *European Journal of Tourism Research*, Vol. 4, No. 2, 2011, p. 152.

#### 4.3. Sosyal Sermayede Sosyal Ağlar

Sivil toplum kuruluşları, sosyal sermayenin beslediği önemli kaynaklardır. Toplumsal sorunlarla baş eden kuruluşların varlığı, sosyal sermaye için önem atfetmektedir. Çünkü sivil toplum kuruluşlarının varlığı, toplumsal refahın bir göstergesidir. Ancak burada önemli olan sadece bu kuruluşların varlığı değil, aynı zamanda bu kuruluşlara aktif katılımıdır.

Putnam'a<sup>89</sup> göre sivil toplum kuruluşlarına zayıf katılım, daha az güven anlamına gelir. Daha az güven ise güçsüz demokrasi anlamına gelir. Dolayısıyla, güven düzeyi ile sivil katılımın doğru orantılı olduğu, bunun da demokrasi üzerinde etkisi olduğu ifade edilebilir.

Sosyal sermayenin “sosyal ağlar” ayağında; dini dernek, vakıf, kuruluş, cami/kilise/sinagog yaptırma derneği gibi kuruluşlara üyelik, spor kulüplerine; boş zamanları değerlendirme kuruluşlarına üyelik, eğitim, sanat, müzik gibi alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlara üyelik, sendikalara üyelik, siyasi partilere üyelik, çevreci kuruluşlara üyelik, meslek kuruluşlarına üyelik, hayır kuruluşlarına üyelik, tüketici kuruluşlarına üyelik esas alınacaktır. DDA’da katılımcılara bu dernek ve vakıflara üyelik durumları sorulmaktadır.

---

89 Robert Putnam, D. “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”. *Journal of Democracy*, 1995, p. 65-78. <http://archive.realtor.org/sites/default/files/BowlingAlone.pdf>. pp.1-18 (Erişim Tarihi:12.04.2015), p.12.

Tablo 4: Sosyal Sermayede Sosyal Ağlar

		Ülke (%)								
İlgili Kuruluşlar	Üyelik Düzeyi	Fransa	ABD	İspanya	Çin	İtalya	Türkiye	Almanya	Birleşik Krallık	Rusya
Dini Dernek, Vakıf	Üye Değil	89,5	36,3	81,8	94,7	77,0	97,3	51,7	62,6	93,2
	Pasif	5,6	28,3	10,6	3,5	13,0	1,3	34,2	17,3	4,1
	Aktif	4,3	34,5	6,6	0,9	9,1	1,1	14,1	19,0	2,0
Spor Kulüpleri	Üye Değil	69,2	71,6	85,5	90,6	70,2	95,5	62,6	58,3	93,0
	Pasif	7,8	12,3	5,4	7,2	11,4	2,7	11,0	11,3	3,9
	Aktif	22,7	14,5	7,9	2,2	17,1	1,5	26,4	29,8	2,4
Eğitim, Sanat, Müzik vb. Faaliyet Gösteren Kuruluşlar	Üye Değil	81,6	75,1	91,3	92,5	81,5	96,6	85,3	68,9	95,8
	Pasif	7,1	10,6	4,1	6,0	6,8	1,5	6,4	8,7	2,1
	Aktif	11,3	13,0	3,5	1,3	9,8	1,6	8,2	21,5	1,5
Sendika	Üye Değil	88,0	82,6	93,2	93,0	85,1	97,4	87,9	78,2	88,4
	Pasif	5,4	8,8	2,9	6,2	10,8	0,7	8,5	9,2	8,6
	Aktif	5,8	7,0	2,8	0,8	3,3	1,5	3,5	9,8	2,0
Siyasi Parti	Üye Değil	94,0	55,4	95,2	93,0	88,6	94,9	92,6	87,3	96,6
	Pasif	3,3	28,8	2,9	5,4	6,9	2,4	4,6	7,9	2,3
	Aktif	2,6	14,5	0,8	1,5	3,4	2,4	2,8	3,2	0,5
Çevreci Kuruluşlar	Üye Değil	85,1	80,7	96,9	97,6	91,2	98,0	93,2	82,8	98,0
	Pasif	8,4	12,8	1,7	1,9	6,3	0,8	4,4	9,9	0,9
	Aktif	6,3	4,7	0,3	0,5	1,4	1,0	2,4	5,9	0,4
Mesleki Kuruluşlar	Üye Değil	88,2	71,4	95,3	97,8	82,3	97,6	91,1	74,8	95,7
	Pasif	4,0	14,6	2,3	1,7	9,6	1,1	5,3	8,9	1,9
	Aktif	6,3	12,2	1,1	0,3	6,9	0,9	3,3	14,3	1,4
Hayır Kuruluşları	Üye Değil	79,2	68,6	91,7	98,0	77,9	97,2	86,7	68,6	97,3
	Pasif	11,8	14,3	3,5	1,6	11,7	1,3	7,7	9,7	1,2
	Aktif	8,8	15,5	3,9	0,4	9,2	1,1	5,6	20,7	0,6
Tüketici Kuruluşları	Üye Değil	93,0	86,0	96,5	97,6	91,9	98,5	98,1	89,4	97,8
	Pasif	3,8	8,3	1,9	2,1	4,8	0,8	1,6	5,2	1,1
	Aktif	2,7	3,5	0,4	0,3	1,8	0,3	0,1	3,2	0,3

Bu çalışmada, DDA'nın Fransa (2006), İtalya (2005) ve Birleşik Krallık (2005) için 5. Dalga verileri; ABD (2011), Çin (2012), İspanya (2011), Türkiye (2011), Almanya (2013) ve Rusya (2011) için 6. Dalga verileri kullanılmıştır.

Tablo 4'te araştırmaya dâhil edilen ülkelerin bahsedilen dernek ve vakıflara üyelik oranları gösterilmektedir. Tablo 4'e göre, ABD'nin dini dernek, vakıf, kuruluş, cami/kilise/sinagog yaptırma derneği gibi kuruluşlara aktif üyelik oranı, diğer ülkelere oranla daha yüksek olup yine de bu oranın çok yüksek olmadığı ifade edilebilir. Spor kulüplerine üyelikte Birleşik Krallık, Almanya ve Fransa diğer ülkelere oranla daha yüksek bir orana sahiptir. Eğitim, sanat, müzik gibi alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlara üyelik konusunda, Birleşik Krallık diğer ülkelere oranla daha yüksek bir orana sahiptir. Ancak, diğer kuruluşlara üyelik oranlarında olduğu gibi bu alanda da ülkelerin üyelik oranları çok düşük düzeydedir. Sendikalara üyelik konusunda da Birleşik Krallık ve Fransa diğer ülkelere oranla yüksek bir orana sahip olmasına rağmen, üyelik oranlarının çok düşük düzeyde kaldığı görülmektedir.

Tablo 4'e göre, siyasi partilere üyelik konusunda, ABD diğer ülkelere oranla daha yüksek bir değere sahiptir. Çevreci kuruluşlara üyelikte ise en yüksek üyelik oranı %6,3 ile Fransa'da görülmektedir. Meslek kuruluşlarına üyelik konusunda, Birleşik Krallık ve ABD diğer ülkelere oranla daha yüksek bir yüzdeye sahiptir. Hayır kuruluşlarına üyelikte ise Birleşik Krallık için %20,7 ve ABD için %15,5 oranı görülmektedir. Tüketiciyi koruma derneklerine üyelik oranlarının ise tüm ülkeler için oldukça düşük düzeyde kaldığı ifade edilebilir. Toplumsal refahın bir göstergesi olan sivil toplum kuruluşlarına aktif katılımın, araştırma kapsamına alınan ülkeler nezdinde çok düşük olduğu ve söz konusu ülkelerin, sosyal sermaye unsurlarından birisi olan sosyal ağlar konusunda "zayıf" olduğu ifade edilebilir.

Çalışmanın son aşaması olan bu bölümde, sosyal ağlara üyelik turizm için neden önemlidir? sorusunun yanıtlanması gerekmektedir. Dernek ve kuruluşlara üyelik, bir anlamda kamusal hayata katılım ile ilişkilendirilebilir. Söz konusu üyelik, insanlara ortak ilgi ve amaçlar doğrultusunda bir araya gelmesine imkân sağlamaktadır. Turizm endüstrisinin herhangi bir kolunda çalışan insanların sosyal ve yasal haklarının korunması amacıyla kurulan bir sendikaya üyelik, çalışanların işverenlere ve devlete karşı olan bireysel zayıflığını, bir kuruluş aracılığıyla ortadan kaldırarak sosyal ve yasal haklar konusunda daha güçlü bir duruş sergilemesini sağlayacaktır. Sivil katılım oranlarının yüksek olduğu ülke ve bölgelerde sosyal sermayenin de yüksek olduğu belirtilmektedir.<sup>90</sup>

Sosyal ağlara katılımın bir başka boyutu ise işletmecilik temelinde ele alınabilir. Sosyal ağlara katılım konusunda turizm işletmeleri, sosyal so-

90 Oktay, Öksüzler, "Sosyal Sermaye, Güven ve Belirleyicileri: Bir Panel Analizi", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, C. 12, 2006, s.113.

rumluluk faaliyetlerine katılımı, toplumsal sorunlara karşı duyarlılığının bir göstergesi olarak kullanarak söz konusu katılımı, pazarlama faaliyetlerine dönüştürebilmektedir. Günümüzde tüketiciler, dünyada yaşanan olaylara karşı bireysel ya da demokratik kitle örgütleri aracılığıyla tepki vermekle beraber, alışveriş yaptığı işletmelerin de aynı tepkiyi verdiğini görmek istemektedir.<sup>91</sup> Turizm endüstrisinin herhangi bir alanında faaliyet gösteren işletmelerin, mesleki bir örgüt altında birleşmesi de sosyal ağlara katılım konusunun turizm bağlamında yorumlanabileceğini göstermektedir. Mesleki örgütler, başta küçük ölçekli işletmeler olmak üzere işletmelerin, tek başına yürütemeyeceği ya da büyük zorluklar yaşayabileceği; ulusal ve uluslararası düzeyde pazarlama faaliyetleri, yerel yönetimler ve merkezi yönetim gibi kamu otoriteleri ilişkileri gibi konularda işbirliği ve güç birliği yaparak karşılaşılan güçlüklerin daha kolay bertaraf edilmesine olanak sağlar.

Sosyal ağlara katılım ile turizm ilişkisinin ele alınabileceği bir diğer alan tüketiciler yani turistlerdir. Turistler, günlük hayatlarından uzaklaşarak ulusal ya da uluslararası bir turizm hareketliliğine katıldığında, fiziksel riskin yanı sıra maddi olarak da bir risk üstlenmektedir. Bu nedenle turistlerin, bahsedilen riskler ile karşılaşması durumunda, kendilerine yol gösterecek ve destek olacak bir derneğin faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, turizm ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili tüketici sivil toplum kuruluşlarının, turizm işletmelerinden satın alınacak ürün ve hizmetler konusunda, çok sayıda üyesi olması nedeniyle, bireysel turiste kıyasla pazarlık gücünün daha fazla olacağı düşünülmektedir. Kurulacak bu sivil toplum kuruluşu, tüm tüketicileri kapsayabileceği gibi din, çevre, engelli, genç, yaşlı, sağlık, maceracı ve spor gibi belirli alanlara özel, sivil toplum kuruluşları da olabilir.

## 5. SONUÇ

DDA verilerine dayanılarak yapılan bu çalışmanın sonuçlarına göre; 2012, 2013 ve 2014 yıllarında, uluslararası turizm hareketliliğinde önde gelen Fransa, ABD, Çin, İspanya, İtalya, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık ve Rusya Federasyonu için sosyal sermaye birikimi konusunda büyük farklılıklar göstermemektedir. Bu ülkelerin tamamında sosyal norm ve değerler konusunda; aile, dost ve arkadaşlar, boş zaman, siyaset ve çalışma önemli görülürken, din konusunda farklılık görülmüştür. Yaşamlarında, dini

---

91 İrfan Ateşoğlu ve Ali Türker, "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 15, S. 3, 2010, s.8.

önemli görmeyen ülkeler arasında Çin başı çekerken, güven konusunda ise Çin dışında diğer ülkelerin oranlarının çok yüksek olmadığı görülmektedir. Sosyal ağlar konusunda ise hemen hemen tüm ülkelerin üyelik oranının düşük olduğu görülmektedir.

DDA verilerinden farklı olarak, OECD 2015<sup>92</sup> Türkiye raporunda güvene ilişkin “Türkiye nüfusunun yaklaşık %86’sı ihtiyaç halinde güvenebileceği bir kişinin var olduğuna inanıyor.” şeklindeki ifadeden insanların, her ne kadar diğer insanlarla kurulacak ilişkide dikkatli olmakta yarar olduğunu düşünse de, çevresinde güvenebilecekleri insanların varlığından haberdar oldukları belirtilebilir. Bu sonucun nasıl değerlendirileceği ise sosyal sermaye ve turizm araştırmalarının ortak noktası olan ekonomi ve yerel toplum düzeyinde bir anlam ifade edecektir. Bir toplumun sosyal sermayesinin düşük veya yüksek olması ne ifade edecektir? Öncelikle bunun sorgulanması gerekmektedir. Sosyal sermayenin yüksek olması, kolektif eylemleri güçlendiriyorsa, sosyal sermayenin zayıf olması, insanların ortaklaşa çalışmasını zayıflatacaktır.

Fukuyama<sup>93</sup> sosyal sermayeyi “insanların ortak amaçları için norm ve değerler temelinde işbirliği içinde olmaları” olarak tanımlamıştır. Burada belki de en çok üzerinde durulması gereken konu güven olacaktır. İnsanlar arası güven ile ekonomik büyüme ve sosyal kalkınma arasında pozitif bir ilişki vardır.<sup>94</sup> Bu pozitif ilişki, artan verimlilik oranları, işlem maliyetlerinin azalması, iş yapmanın daha kolay olması ile ilişkilendirilebilir. Güven, gelir düzeyi yüksek ülkelerde ve gelir dağılımındaki eşitsizliğin azaldığı ülkelerde daha yüksektir.<sup>95</sup> Bu açıdan bakıldığında güven, toplumsal refahın ilk halkası gibidir.

Siyasi istikrarın sağlandığı ve yolsuzlukların olmadığı bir toplumun üyeleri arasındaki güven, kurumların işlerliğine ivme kazandıracak, bu işlerlik üretimi artıracak, üretimdeki artış dışa bağımlılığı azaltacak, kişisel geliri artıracak, kişisel geliri artan aile, çocuklarına daha iyi eğitim verebilecek, eğitim oranı yükselen ülkede suç oranları azalarak, hukukun işlerliği sağlanacaktır. Örneğin, Ekonomi Bakanlığı’nun<sup>96</sup> raporuna göre

92 OECD, *OECD360 Türkiye 2015. Türkiye Karşılaştırması*, 2015, s.27.

93 Francis Fukuyama, “Social Capital and Development: The Coming Agenda”, *SAIS Review*. Vol. 22, No: 1, 2002, p:23.

94 Adolfo Morrone; Noemi Tontoranelli and Giulia Ranuzzi, “How Good is Trust? Measuring Trust and its Role for the Progress of Societies”, *OECD Statistics Working Papers*, 03, 2009, p.24.

95 OECD, *Society at a Glance 2011: OECD Social Indicators*. (OECD Publishing, 2011), p.91.

96 Ekonomi Bakanlığı, *Çin Halk Cumhuriyeti Ülke Raporu*. (Ekonomi Bakanlığı. Ocak 2013), s.7

1978 yılından bu yana Çin, yılda ortalama %10 oranında büyümektedir. Özellikle ülkenin doğu kıyıları hissedilir ölçüde bir gelişme göstermektedir. Tüketim eğilimi artmakta, fiyatlar yükselmekte, yabancı yatırımlar ve şehirde kişi başına düşen gelir artmaktadır. Çin'de 1978'den sonra yapılan kırsal ve kentsel reformlar yoksullukla savaşın en önemli silahı olmuş, ancak Mao sonrası kapıların dışa açılması politikası en büyük ekonomik başarı olmuştur.<sup>97</sup> Çin'in ekonomide sağladığı bu başarısı, belki de Dünya Değerler Araştırması sonuçlarında kişilerarası güven noktasında ön sıralara yerleşmesini sağlayan önemli bir unsurdur.

Ancak güven, böyle bir dizinde çok da kolay sağlanmıyor. Köylerden kente göç ile birlikte yaşanan kentleşme olgusu da insanlar arasındaki güvenin azalmasında etkili olmaktadır. Komşuluk, mahalle arkadaşlığı gibi kavramlar, kentleşme ile birlikte yavaş yavaş rafa kaldırılmakta, sakin köy yaşamı yerini, kentlerde kalabalıkların içinde yaşanan koşuşturmacaya bırakmaktadır. Bu kalabalıklaşma oranı arttıkça, insanlar kendi kabuğuna çekiliyor. Kalabalık içinde yalnızlaşan insanlar için yaşam; iş ve aile arasında sıkışıp kalmaktadır. Çevresiyle, yoğun birliktelikler yaşayamayan insanların birbirlerine güvenme olasılığı da zamanla zayıflamaktadır. Geleneksel yaşam kalıplarından uzaklaştıkça, güvenden de uzaklaşıyoruz. Konuya din açısından yaklaşıldığında farklı bir tablo ile karşı karşıya kalıyoruz. Çalışma kapsamına alınan ülkelerden, dini değerlere en çok önem veren ülke %68,1 ile Türkiye olurken, hiç önem vermeyen ülke %2,6 ile Çin'dir. Güven penceresinden bakıldığında, insanların çoğuna güvenen Çin'in oranı %60,3 iken, Türklerin oranı %11,6'dır. Bu bağlamda, sosyal sermayenin, ortak norm ve değerler ile işbirliğine yaptığı vurgu alaşağı olmaktadır. Bu nedenle, sosyal sermaye unsurlarının; toplumun siyasi ve ekonomik göstergeleri ile birlikte yorumlandığında sosyal sermaye için bir anlam kazanacağı mutlakdır.

Bu çalışma için DDA verileri temel alınmış olup, katılımcıların normlara verdiği önem, kişilerarası güven ve sivil toplum kuruluşlarına üyeliği noktasında, sosyal sermayenin, söz konusu ülke için yoğun olduğu yorumunun yapılabilmesini sağlayacaktır. Dolayısıyla turizmde, dünya sıralamasında önde yer alan ülkeler açısından, sosyal sermaye birikiminin yüksek olduğu ifade edilememektedir. Söz konusu ülkelerin, her ne kadar norm ve değerlere önem verdiği görülse de, sivil toplum kuruluşlarına üyelik oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Sosyal sermayenin en önemli belirleyicilerinden birisi olan güven konusunda da ele alı-

---

97 Arzu İlhan Kıbrıs, *Çin Halk Cumhuriyeti: 1978'den Günümüze*, TÜSİAD Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu, Draft Kopya, 18.07.2013, s.6.



nan ülkeler arasında, Çin dışında diğer ülkelerin, kişilerarası güven oranlarının da düşük olduğu dikkat çekicidir. Bu nedenle, söz konusu ülkeler turizm endüstrisinin baş aktörleri olsa da DDA verileri dikkate alındığında bu ülkelerin, sosyal sermaye birikimleri konusunda turizmde elde edilen dereceyi yakalayamadığı ifade edilebilir. Bu nedenle, sadece bu veriler baz alınacak olursa; sosyal sermayenin bir ülkedeki turizmin gelişiminde ya da turizmin bir ülkedeki sosyal sermayenin birikiminde doğrudan bir etkisinin olduğu söylenemez.

## KAYNAKÇA

- Agheorghiesei, Daniela Corodeanu and Nita, Valentin. "The Network and the Social Capital- Important Aces for Tourism Entrepreneurs", *Revista de Turism*. Vol. 7, No.7, 2009, p. 10-19.
- Ateşoğlu İrfan ve Türker, Ali "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.15, S.3, 2010, s.207-226.
- Başak, Suna "Genelleşmiş Güven ve Toplumsal Cinsiyet," *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, C. 27, N. 1, Haziran, 2010, s. 53-71.
- Bebbington, Anthony J. and Carroll, Thomas F. "Induced Social Capital and Federations of the Rural Poor", *Social Capital Initiative Working Paper No. 19*, 2000.
- Blau Peter Michael, *Exchange and Power in Social Life*, Transaction Publishers, 1964.
- Bjørnskov Christian and Svendsen Gert Tinggaard. "Measuring Social Capital-is There a Single Underlying Explanation?" *Working Paper*, 03-5, 2003.
- Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital" in, J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood, 1986, p. 241-258.
- Bourne, Paul A. "Crime, Tourism and Trust in a Developing Country", *Current Research Journal of Social Sciences*, Vol. 2, No: 2, 2010, p. 69-83.
- Coleman, James Samuel. "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*. Vol. 94, 1988, p. 95-120.
- Dalton, Russel J. and Ong, Nhu-Ngoc T. "Civil Society and Social Capital in Vietnam." *Modernization and Social Change in Vietnam*. Hamburg, Institut für Asienkunde, 2005.
- Ekonomi Bakanlığı. *Çin Halk Cumhuriyeti Ülke Raporu*. T.C. Ekonomi Bakanlığı. Ocak 2013.
- Ersun, Nur ve Arslan, Kahraman, "Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri", *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, C. 31, N. II, 2011, s. 229-248.
- Esmer, Yılmaz. *Devrim, Evrim, Statüko: Türkiye'de Sosyal, Siyasal, Ekonomik Değerler*, TESEV Yayınları 7, İstanbul, 1999, s.22.
- Fachamps, Marcel and Minten, Bart. "Social Capital and the Firm: Evidence from Agricultural Trade," *Social Capital Initiative Working Paper No. 17*, 1999.
- Field, John. *Sosyal Sermaye*. (çev. Bahar Bilgen ve Bayram Şen). 2. Basım, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2008.
- Foxton, Frederic. and Jones Richard. "Social Capital Indicators Review". *Office for National Statistics*. September, 2011
- Fromm, Erich. *Sağlıklı Toplum*. (çev. Yurdanur Selman & Zeynep Tanrısever). 4. Baskı. Payel Yayınevi. İstanbul, 2006
- Fukuyama, Francis. "Social Capital and Civil Society". *International Monetary Fund Working Paper*. No: 00/74, 2000.
- Fukuyama, Francis. "Social Capital and Development: The Coming Agenda". *SAIS Review*. Vol. 22, No. 1, 2002, p. 23-37.

- Gugerty, Mary Kay and Kremer, Michael. "Does Development Assistance Help Build Social Capital?" *Social Capital Initiative Working Paper* No. 20, 2000.
- Hanifan, Lyda, J. "The Rural School Community Centre", *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*. Vol. 67, Sep. 1916, p. 130-138.
- Haerpfer, Christian. "World Values Survey Association". <http://www.worldvaluessurvey.us/WVSContents.jsp>. (Erişim Tarihi: 14.07.2015).
- Halis Muhsin ve Şenkal Abdulkadir, *Türk İşletme Kültüründe Ortaklık ve Güven*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2009.
- Harper, Rosalyn and Kelly, Maryanne. "Measuring Social Capital in the United Kingdom". *Office for National Statistics*. December, 2003.
- Inkeles, Alex. "Measuring Social Capital and its Consequences". *Policy Sciences*. Vol.33, No: 3-4, 2000, p. 245-268.
- Isham, Jonathan and Kähkönen, Satu. "What Determines the Effectiveness of Community-Based Water Projects? Evidence from Central Java, Indonesia on Demand Responsiveness, Service Rules, and Social Capital", *Social Capital Initiative Working Paper* No. 14, 1999.
- Jamieson, Nigel, "Sport Tourism Events as Community Builders-How Social Capital Helps the "Locals" Cope", *Journal of Convention & Event Tourism*. Vol. 15, No. 1, 2014, p. 57-68.
- Kawachi, Ichiro; Kennedy, Bruce P; Lochner, Kimberly and Prothrow-Stith, Deborah. "Social Capital, Income Inequality, and Mortality". *American Journal of Public Health*. Vol. 87, No. 9, 1997, p. 1491-1498.
- Kıbrıs, Arzu İlhan. *Çin Halk Cumhuriyeti: 1978'den Günümüze*, TÜSİAD Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu, Draft Kopya, 18.07.2013, s.6.
- Krishna, Anirudh and Uphoff, Norman. "Mapping and Measuring Social Capital: A Conceptual and Empirical Study of Collective Action for Conserving and Developing Watersheds in Rajasthan, India", *Social Capital Initiative Working Paper* No. 13, 1999.
- Lattin Ronald and Young Stephen. "Country Ranking: Social Capital Achievement", *Caux Round Table*, 2005.
- Lin, Nan. "Building a Network Theory of Social Capital". *Connections*. Vol. 22, No. 1, 1999, p.28 -51
- Lin, Nan. "Sosyal Sermaye Network Kuramının İnşası" (çev. Adem Ögüt & Cihat Erbil), içinde. *Sosyal Sermaye Kuram-Uygulama-Eleştiri*. (der. Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki. Ünal). Değişim Yayınları. İstanbul, 2010, s.171-215.
- Lochner, Kimberly; Kawachi, Ichiro and Kennedy, Bruce P. "Social Capital: a Guide to its Measurement". *Health & Place*. Vol.5, No.4, 1999, p. 259-270.
- Morrone, Adolfo; Tontoranelli, Noemi and Ranuzzi, Giulia. "How Good is Trust? Measuring Trust and its Role for the Progress of Societies", *OECD Statistics Working Papers*, No.3, 2009.
- Mura, Paolo and Tavakoli, Rokhsa. "Tourism and Social Capital in Malaysia", *Current Issues in Tourism*. Vol. 17, No.1, 2014, p. 28-45.
- Norris, Pippa. *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activitism*. Cambridge University Pres, 2002.

- OECD. *Society at a Glance 2011: OECD Social Indicators*. OECD Publishing, 2011.
- OECD. *OECD360 Türkiye 2015. Türkiye Karşılaştırması*, 2015.
- Ooi, Chai-Aun; Hooy, Chee-Wooi; Som and Ahmad Puat Mat. "Diversity in Human and Social Capital: Empirical evidence from Asian Tourism Firms in Corporate Board Composition". *Tourism Management*. Vol.48, June, 2015, p. 139-153.
- Öksüzler Oktay, "Sosyal Sermaye, Güven ve Belirleyicileri: Bir Panel Analizi", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, C.12, 2006, s.108-129. Özcan, Burcu ve Zeren, Fatma. "Sosyal Güven ve Ekonomik Kalkınma: Avrupa Ülkeleri Üzerine Mekânsal Ekonometri Analizi", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Dergisi*, C. 8, N. 1, Nisan, 2013, s.7-36.
- Pargal, Sheoli; Huq, Mainul and Gilligan, Daniel. "Social Capital in Solid Waste Management: Evidence from Dhaka, Bangladesh", *Social Capital Initiative Working Paper No. 16*, 1999.
- Pearce, Philip L. "Tourist Scams: Exploring The Dimensions of an International Tourism Phenomenon". *European Journal of Tourism Research*, Vol. 4, No. 2, 2011, p. 147-156.
- Putnam, Robert D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press. New Jersey, 1993.
- Putnam, Robert D. "Tuning in, Tuning out: the Strange Disappearance of Social Capital in America". *P.S: Political Sciences and Politics*. Vol.28, No. 4, December, 1995, p. 664-683.
- Putnam, Robert D. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy*, 1995, p. 65-78. <http://archive.realtor.org/sites/default/files/BowlingAlone.pdf>, p. 1-18 (Erişim Tarihi:12.04.2015).
- Reid, Catherine and Salmen, Lawrence. "Understanding Social Capital. Agricultural Extension in Mali: Trust and Social Cohesion", *Social Capital Initiative Working Paper No. 22*, 2000.
- Rose, Richard. "Getting Things Done in an Anti-Modern Society: Social Capital Networks in Russia", *Social Capital Initiative Working Paper No. 6*, 1998.
- Rose, Richard. "What Does Social Capital Add to Individual Welfare", *Social Capital Initiative Working Paper No. 15*, 1999.
- Sabatini, Fabio. "The Empirics of Social Capital and Economic Development: A Critical Perspective". *Nota di Lavoro, Fondazione Eni Enrico Mattei*, No.15, 2006.
- Sampson, Robert J; Raudenbush, Stephen W. and Earls, Felton. "Neighborhoods and Violent Crime: A Multilevel Study of Collective Efficacy". *Science*. 277, 5328, 1997, p. 918-924.
- Shakya, Martina. "Social Capital, Tourism and Socioeconomic Transformation of Rural Society Evidence from Nepal". *Institut für Entwicklungsforschung und Entwicklungspolitik. Working Papers No. 208*, 2014.
- Thammajinda Rojana. "Community Participation and Social Capital in Tourism Planning and Management in a Thai Context". (*Doctoral Dissertation*). Lincoln University, 2013.
- UNWTO. "Tourism Highlights 2013 Edition". United Nations World Tourism Organization, [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_en\\_hr.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf). (Erişim Tarihi: 30.11.2013).

- UNWTO. "UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition". [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf). (Erişim Tarihi: 16.12.2014).
- UNWTO. "UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition". <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. (Erişim Tarihi: 14.07.2015).
- Van Deth, Jan W. "Measuring Social Capital: Orthodoxies and Continuing Controversies. Intertanional". *Journal of Social Research Methodology*. Vol.6, No.1, 2003, p.79-92.
- Woolcock, Michael and Narayan, Deepa. (2000). "Social Capital: Implications For Development Theory, Research, and Policy". *The World Bank Research Observer*. Vol. 15, No.2, 2000, p. 225-249.
- World Values Survey. "Documentation". <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>. (Erişim Tarihi:16.05.2014).
- World Values Survey. Results Wave 2 (1990-1994), Crossing by Country.
- World Values Survey. Results Wave 3 (1995-1998), Crossing by Country.
- World Values Survey. Results Wave 4 (1999-2004), Crossing by Country.
- World Values Survey. Results Wave 5 (2005-2009), Crossing by Country.
- World Values Survey. Results Wave 6 (2009-2014), Crossing by Country.
- Zahra, Anne and McGehee, Nancy Gard. "Volunteer Tourism: A Host Community Capital Perspective", *Annals of Tourism Research*, Vol. 42, July, 2013, p. 22-45.
- Zhao, Weibing; Ritchie, J.R. Brent and Echtner, Charlotte M. "Social Capital And Tourism Entrepreneurship". *Annals of Tourism Research*. Vol.38, No. 4, 2011, p. 1570-1593.