

KENT İMAJI AÇISINDAN OLİMPİYATLAR-SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

H. Nur GÖRKEMLİ*

Leyla MATIR**

Cuma ÇELİK***

Özlem SEKİ****

ÖZET

Küresel rekabet ortamında kentler çevrelerini etkileyebilmek, tercih edilen olabilmek ve böylece küresel sermayeyi çekerek rakipleri arasında güçlü bir konuma gelebilmek için sürekli bir yarış içerisinde. Bu kapsamda tanıtım ve markalaşma faaliyetlerine önem veren şehirler çeşitli uluslararası mega etkinliklerle medyada görünürlüklerini artırarak ekonomik gelişmelerini tetiklemek istemektedir. Olimpiyatlar bu bağlamda pek çok şehrin ev sahipliğini yapabilmek için yarıştığı en önemli etkinliklerden biridir. Bu büyük etkinliğe ev sahipliği yaparak sosyal, kültürel, siyasi ve ekonomik anlamda avantajlar sağlamak, olumlu bir imaj oluşturmak ve böylece uluslararası arenada güç kazanmak pek çok kentin hayalidir. Bu tür etkinlikler aynı zamanda kent halkının gurur duyduğu, vatanseverlik, gönüllülük, toplum ruhu duygularının yoğun olarak yaşandığı faaliyetlerdir. Yapılan araştırmalar bu tür mega etkinliklerin sağladığı faydalarla birlikte çeşitli dezavantajlarının da olduğunu ortaya koymaktadır. Daha önce dört kez Olimpiyatlar için adaylığını koyan İstanbul, 2020 Olimpiyatları için önekilere göre iddialı bir şekilde hazırlanmış ancak elemelerde en son oylama sonucunda Tokyo'nun arkasında kalarak elenmiştir. Konu, adaylık süreci ve elemeler sonrasında kamuoyunda oldukça geniş yankı uyandırmıştır. Bu çalışma, İstanbul'un aday şehir olması ve 2020 Olimpiyatların İstanbul'da yapılamaması hakkında üniversite öğrencilerinin görüşlerinin değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Sonuçlar, olimpiyatların kente büyük katkı sağlayacağına yönelik güçlü bir inanç olduğunu ve katılımcıların önemli bir bölümünün olumsuz bir beklentiye sahip olmadığını ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler: Kent Pazarlama, Kent İmajı, Mega Etkinlikler, Olimpiyatlar

OLYMPIC GAMES IN TERMS OF CITY IMAGE – A STUDY ON SELCUK UNIVERSITY

STUDENTS

ABSTRACT

In global competitive environment, cities compete with each other to attract global capital in order to be a preferred and a strong city among their rivals. In this context, they pay more attention to branding activities and try to be visible in various international events to trigger economic development. Olympic Games are one of the

* Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğretim Üyesi,
ngorkemli@selcuk.edu.tr

** Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

*** Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

**** Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

most important mega events, in which many cities desire to be the host city. By hosting this mega event, every city dreams about taking social, cultural, political and economic advantages, creating positive image and being a powerful city in international arena. Olympics are also events, where the citizens of the host country have feelings of proud, patriotism, voluntariness and community spirit. Studies put forward various disadvantages together with the advantages of these mega events on host cities. Istanbul, which was previously candidate for four Olympic Games, recently became a candidate city for 2020 Games after a great preparation period. Unfortunately city lost in the final elections against Tokyo and lost its chance to be host city. This subject has been under debate before and after election periods. This study aimed at investigating university students' views on Istanbul's candidacy of 2020 Olympic Games and its elimination in the final voting. Results showed that there was a strong belief that Olympics would have great contributions to the city and no negative expectations were observed in the significant part of the respondents.

Key Words: *City Marketing, City Image, Olympics, Mega Events*

Giriş

Küreselleşme sürecinde şehirler tüm küre üzerinde etki alanı oluşturabildikleri ölçüde varlıklarını sürdürebilmekte, aksi takdirde küresel ilişkiler ağının getireceği refahtan mahrum olabilmektedir. Günümüzde kentlerin ekonomik kalkınmayı belirleme noktasında artık temel rol oynadığı belirtilmektedir (Keyder, 1996:17). Bu koşullar altında kentler artık ülkenin parçası olarak değil, tüm küre üzerinde nüfuz alanı oluşturabilen ve diğer kentlerle sürekli bir yarış içinde olan bir yapı içerisinde anılmaktadır. Şehirler bu dinamik döngü içerisinde küresel ilişkiler ağı dışında kalmamak ve küresel sermayeyi çekip cazibe noktası olabilmek için pek çok girişimlerde bulunmaktadır (Eraydın, 2001:368-371, Kaypak, 2013: 335-344).

Küresel rekabetten geri durmamak için kendi sınırlarının dışındaki uluslara da hitap etmek zorunda kalan kentler, “marka kimliği” oluşturmak ve “marka kent” olabilmek için son yıllarda yoğun çaba göstermektedir. Bir kentin güncel faaliyetlerinin yanı sıra geçmişten gelen fiziki, tarihi, siyasi, sosyal, sportif ve kültürel özellikleri ve faaliyetleri kent kimliğinin şekillenmesinde önemli rol oynar. Diğer kentlerden ayırt edilmek amacıyla yaşama geçirilen bir gelişim-tanınma-imaj projesi (Kaypak, 2013:335-345) olarak görülen marka çalışmaları, insanların zihninde hem rasyonel hem de duygusal nitelikte olumlu bir çağrışım yaratmayı amaçlamaktadır.

Taşçı ve Gartner (2007:413-425) kent imajının oluşmasında üç temel faktörün etki ettiğini belirtmektedir. Bunlar arz tarafı, talep tarafı ve bağımsız taraf olarak adlandırılabilir. Buna göre:

- Arz tarafı: Mekan merkezli, dinamik ve kontrol edilebilir olarak nitelendirilebilir. Örneğin pazarlama stratejileri, konumlandırma ve tutundurma çalışmaları arz tarafınca belirlenir. Amaç olumlu bir imaj yaratarak tekrar ziyaret edilme isteği uyandırmaktır.
- Talep tarafı: Ziyaretçi veya kenti algılayan kişinin özelliklerine bağlı, dinamik ve kontrol edilemez olarak nitelendirilebilir. Örneğin sosyo-demografik özellikler, daha önceki deneyimler, ziyaretler, ihtiyaçlar psikolojik özellikler talep tarafında belirleyicidir.
- Bağımsız (otonom) etmenler: Yarı dinamik, yarı kontrol edilebilir olarak değerlendirilebilirler. Örneğin eğitim materyalleri, haberler, filmler, ağzdan ağza iletişim otonom etmenler arasında sayılabilir.

Kentte düzenlenen sosyokültürel ve sportif faaliyetler kent imajın oluşmasında hem arz tarafını, hem talep tarafını hem de bağımsız etmenleri etkileyen etkinliklerdir.

Mega Etkinlikler ve Kent İmajı:

Markalaşma çalışmaları kapsamında kentte düzenlenecek sosyo-kültürel veya sportif mega etkinlikler küresel anlamda kente dikkat çekmede önemli bir araç olarak görülebilmektedir. Ritchie (1984:2), bir seferliğe mahsus bir ana etkinlik veya belirli zamanlarda tekrar eden etkinliklerin, düzenlenen yerle ilgili bilinci, cazibeyi ve karlılığı arttırdığını belirtmiştir. Smith (2005:217-236) spor faaliyetlerinin kent imajına katkılarını ölçmek için yaptığı bir çalışmada, ziyaretçilerin çoğunluğunun spor etkinliklerini etkili bir tanıtıcı araç olarak gördüğünü bildirmiştir. Çok fazla ziyaretçili organizasyonların, ekonomik fayda ile güçlü bir doğrusal ilişki içinde olduğunu ortaya koyan araştırmalar literatürde yer almaktadır. Bunun yanında, bu tür etkinliklerin beklenen faydayı getirmediğini öne süren ya da etkinlik düzenlemeden önce bazı faktörlerin hesaba katılması gerektiğini öne süren çalışmalar da mevcuttur.

Mega etkinlikler bir taraftan medyanın ilgisini çekerken diğer taraftan da turizm gelirinin artmasına da önemli ölçüde katkı yaratma potansiyeline sahiptir. Mega etkinlikler arasında küresel fuar organizasyonları, Dünya Kupaları, Avrupa / Asya / Pan-Amerikan Oyunları, Olimpiyatlar ve Küresel Film Festivalleri sayılabilir. Bunların arasında Olimpiyatlar, diğerlerine göre çok daha fazla ilginin olduğu, adaylık, tanıtım ve seçim sürecinin daha kapsamlı yürütüldüğü, her dört yılda farklı bir kıtada yapılan, tek bir spor faaliyeti değil pek çok spor etkinliğinin birlikte gerçekleştiği ve uzun vadeli ve yüksek riskli yatırım gerektiren bir etkinliktir. (Gold John R ve Gold Margaret M, 2008:300-318).

Malfas ve arkadaşları (2004:209-220), mega etkinliklerin kente getireceği etkileri sosyo-ekonomik, sosyokültürel, fiziksel ve politik olmak üzere dört ana başlıkta incelemiştir. Bunlar sosyo-ekonomik etkiler, sosyo-kültürel etkiler, fiziksel etkiler ve politik etkilerdir.

- Sosyo-ekonomik etkiler: Olimpiyatlar daha fazla ticari aktivitenin oluşmasını sağlayan ve yeni ziyaretçi çeken önemli etkinliklerdir. Böylece yeni istihdam yaratılması ve ekonomik gelişime katkı sağlanması hedeflenmektedir. Atlanta Olimpiyatları ile ilgili 2 milyar dolarlık yatırım yapıldığı, 580.000'den fazla iş yaratıldığı, 1991-1997 arasında sağlanan toplam ekonomik etkinin 5,1 milyar doları bulduğu tahmin edilmiştir. Barselona'da ise 1996-1992 arasında genel işsizliğin %18,4'ten %9,6'a düştüğü belirtilmiştir. Ancak yaratılan bu işlerin daha çok hizmet sektörüyle ilgili, ağırlıklı olarak geçici, yarı zamanlı ve az para veren işler olduğu belirtilmiştir (Malfas ve ark, 2004:209-220).

Etkinliklerin medyada yer alması kentin küresel anlamda teshiri için önemli bir fırsattır. Böylece kentle ilgili farkındalığın artması söz konusudur, bu sayede gelen turist sayısında artış beklenmektedir. Bu beklentinin gerçekleştiğini gösteren çeşitli çalışmalar mevcuttur. Örneğin İngiltere'de kriket turunun yapıldığı adalara organizasyon sonrasında ziyaret programlarının %60 oranında arttığı görülmüştür (Malfas ve ark, 2004:209-220). Waitt (1999:1005-1077) Sydney Olimpiyatları öncesi yaptığı çalışmada,

bu büyük organizasyonun girişimciliğin artması, kent makroformunun değişmesi ve medya ilgisinin yoğunlaşması gibi önemli etkilerini ortaya koymuştur. Benzer bir çalışma, Calgary 1988 Kış Oyunlarının Calgary'nin imajını olumlu yönde değiştirdiğini göstermiştir (Ritchie ve Smith, 1991:2-11). Bununla birlikte, Mosberg'in (1997:748-751) yaptığı bir çalışma, Göteborg'da yapılan 1995 Dünya Atletizm Şampiyonasında kentin medyada çokça yer almasına rağmen insanların şehirden çok etkinliğe odaklandığını ve şampiyonanın kentin imajına beklenen katkıyı yaratmadığını ortaya koymuştur. Kang ve Perdue (1994:205-225) tarafından yapılan başka bir çalışma da Seoul Olimpiyatlarının turizme uzun vadeli bir etki yaratmadığını göstermiştir. Atina Olimpiyatları sonrası 2003-2004'te Yunan adalarına gelen turist sayısında küçük bir düşüş söz konusu iken Atina'ya gelen turist sayısında daha keskin bir düşüş olduğu verisi de bu durumu destekleyen bir başka bilgidir (Malfas ve ark, 2004:209-220).

Etkinliklerle ilgili yapılan çalışmalar ve kentsel dönüşüm faaliyetleri, dar gelirliler için sorun oluşturabilmektedir. 1996 Atlanta'da 15 bin kişi olimpiyat alanı düzenlenmesi ile ilgili olarak yerinden edildiği rapor edilmiştir. Sydney'de ev fiyatları ve kiraların normalin çok üzerinde artmasının dar gelirliler için sorun oluşturduğu belirtilmiştir (Malfas ve ark, 2004:209-220). Etkinliklerle ilgili kamu borçlarının artması da vatandaşlara vergi yükü olarak geri dönmektedir. Buna örnek olarak 1998 Nagano Kış olimpiyatları sonrası doğan büyük finansal sonuçların hane halkı başına 20.000 GBP ilave vergi düşürdüğü gösterilebilir (Malfas ve ark, 2004:209-220).

- Sosyo kültürel etkiler: Mega etkinliklerle, spora yerel ilgi ve katılımın artması, yerel gurur duygusunun ve toplumsal ruhun desteklenmesi beklenmektedir. Toplumda bu yolla sporun teşvik edilmesi, toplumsal hayat kalitesini arttırmaktadır. Barselona'da olimpiyat sonrası spor etkinliklerine katılımın arttığı, spor merkezlerine daha fazla kişinin gitmesi ve maraton,

bisiklet gibi sosyal spor faaliyetlerinde artış olması bu beklentiyi destekleyen verilerdir (Malfas ve ark, 2004:209-220).

Sydney Olimpiyatlarının sosyal etkilerini inceleyen çalışmasında Waitt (2003:212-213) oyunlar öncesi 1998'de olimpiyatların coşkuyla beklendiğini, bu olumlu hissin 2000 yılında daha da belirginleştiğini göstermiştir. Bu araştırma, oyunlarla ilgili olarak vatanseverlik, topluluk ruhu ve gönüllülük duygularının ön plana çıktığını ortaya koymuştur.

- Fiziksel Etkiler: Mega etkinliklerle yeni spor merkezleri ile birlikte fiziksel çevrede de gelişmeler gözlemlenir. Bu etkinlikler sayesinde yeni tesisler, yollar, rekreasyon alanları, konaklama tesisleri, altyapı gibi uzun vadede yapılması planlanan kentsel yatırımlarının yapımı (Barcelona ve Sydney'de olduğu gibi) çabuklaştırılmış olur. Ancak Atlanta Olimpiyatları sonrasında geçici tesislerin yıkılması hem ekonomik hem de ekolojik anlamda zarara yol açtığı belirtilmiştir (Malfas ve ark, 2004:209-220).

- Politik etkiler: Mega etkinliklerin siyasi anlamda bir prestij sağladığı ve böyle kapsamlı organizasyonları yapma pratiğinin ileride de yönetsel ve organizasyonel beceri ve deneyimi arttıracığı beklenmektedir. 2001 yılında Atina Olimpiyatlarında gerekli siyasi düzenlemelerin normalde aylarca sürmesi beklenirken bir hafta gibi kısa surede tamamlanabilmesi bu anlamda önemli bir deneyim olarak göze çarpmaktadır. Oyunlar yüzünden alınan sıkı güvenlik tedbirlerinin özgürlüklere engel oluşturabildiği yönünde eleştiriler de getirilmektedir (Malfas ve ark, 2004:209-220).

Görüldüğü gibi, olimpiyatlar her ne kadar pek çok ülkenin ev sahipliği yapmak için yarıştığı etkinlikler olsa da getirdikleri ile birlikte götürdükleri de titizlikle hesap edilmelidir. Olimpiyatların ülkenin tanınırlığına, spor bilinci oluşmasına, yeni istihdam olanakları yaratılmasına, kentsel altyapı gelişiminin sağlanmasına ve turizmin gelişmesine kadar bir dizi yararlarını sıralamak mümkündür. Ancak bu etkinliklerle ev sahibi şehir büyük bir borç altına girebilir, varlıklı yurttaşlar için avantaj sağlanırken yoksullar mağdur edilebilir, yaratılan kısa vadeli iş olanakları ile beklenen ekonomik katkı yaratılamayabilir ve yaşam maliyet

artabilir. Mega etkinlikler ilk başta parlak bir fikir gibi görünse de iyice detaylı düşünülmeden yapıldığında zorlukları, olumsuzlukları da beraberinde getirebilmektedir (Silvestre, 2008:1-26).

Olimpiyatlar ve İstanbul

M.Ö 776 tarihinde, Yunanistan'ın Olimpia şehrinde yapılmaya başlanan olimpiyatlar günümüzde küresel boyutta dünyanın dört bir yanından en üst düzey sporcuların bir araya geldiği, diğer taraftan da bütün ülkelerin ilgiyle izlediği çok önemli bir organizasyondur. Tüm dünyanın ilgisini çeken böylesine büyük bir organizasyona ev sahipliği yapabilmek için dünyanın önde gelen ülkeleri yoğun bir rekabet içindedir. İlk defa 1992'de 2000 yılı olimpiyat oyunları için adaylığını koyan İstanbul, sırasıyla 2004, 2008 ve 2012 olimpiyat oyunları için de aday başvurusunda bulunmuştur. Tüm bu başvurularda ilk aşamalarda elenen İstanbul, 2016 olimpiyat oyunları için aday olmamış ama daha kapsamlı bir hazırlıkla 2020 Olimpiyatlarına talip olmuştur. Bu süreçte Madrid ve Tokyo ile rekabet eden İstanbul, oylamanın ilk turunda Madrid'in elenmesiyle Tokyo ile beraber final oylamasına kalmıştır. Bu oylama turunda Tokyo'nun 60-36 oy çokluğuyla kazanması sonucu İstanbul 2020 Olimpiyatları ev sahipliği yapma şansını yitirmiştir (Güney, <http://www.khas.edu.tr>).

Adaylık surecinden başlayarak böylesine büyük bir organizasyona ev sahipliği yapmanın İstanbul'un tanıtımı, ekonomik gelişimine katkı yaratılması ve altyapı gelişimi için büyük bir fırsat olacağı inancının yansısı, bu organizasyonun önemli sıkıntılar getirebileceği yolunda kaygılar da medyada oldukça fazla tartışılmıştır. Bununla birlikte, halkın bu konu hakkındaki görüşleri üzerinde bir çalışma literatürde yer almamaktadır.

Çalışmanın Amacı Evreni Örneklemi ve Yöntemi

Amaç: Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin 2020 Olimpiyatlarının İstanbul'da düzenlenmesi ve düzenlenememesi hakkındaki görüşlerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Evren, Örneklem: Çalışmanın evrenini Selçuk Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem ise Selçuk Üniversitesinde öğrenim gören 500 kişiyi kapsamaktadır.

Yöntem: Öğrencilerin konu ile ilgili görüşleri anket tekniği ile değerlendirilmiştir. Ankete katılan 500 öğrencinin dağılımı belirlenirken, sayının Selçuk Üniversitesi genelinde okuyan tüm öğrencilerin fakülterle dağılım oranlarına uyumlu bir şekilde olmasına dikkat edilmiştir. Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından alınan listedeki öğrencilerin fakülterle göre dağılımında önce fakülteler sağlık, sosyal ve fen bilimleri temel alanlarına göre bölümlendirilmiştir. Daha sonra genel öğrenci içerisindeki bu temel bilim alanlarının payları hesaplanmış ve ankete katılan öğrenci sayısının dağılımında da bu orana sadık kalınmıştır. Ankete katılacak öğrenci dağılımı ve sayıları bu şekilde belirlendikten sonra denekler ilgili fakültelerde basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Derlenen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular

Ankete katılan öğrencilerin %62'lik kısmı 21-25 yaş grubu aralığındadır, bunu %35 ile 16-20 yaş grubundaki öğrenciler takip etmektedir. 26-30 yaş grubu öğrencilerin oranı %2,8'dir. 31 yaş ve üzeri öğrenci sayısı ise sadece 1'dir (Tablo 1).

Tablo 1: Yaş Durumu

Yaşlar	Frekans	Yüzde%
16-20	175	35
21-25	310	62
26-30	14	2,8
31-35	1	0,2
Toplam	500	100

Ankete katılanların %60,6'sını erkekler, %39,4'ünü kadınlar oluşturmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2: Cinsiyet Durumu

Cinsiyet	Frekans	Yüzde %
Erkek	303	60.6
Kadın	197	39.4
Toplam	500	100

Deneklerin dağılımının Selçuk Üniversitesi genelindeki sağlık-sosyal ve fen bilimleri ile ilgili fakülte ve yüksek okullardaki öğrenci dağılımı ile uyumlu olmasına özen gösterilmiştir. Buna göre ankete katılan öğrencilerin %24,0'ı Mühendislik, %14,0'ı İktisadi ve İdari Bilimler, %16,0'ı Edebiyat, %6,0'sı Fen, %1,6'sı Teknoloji Fakültelerinden, %0,8'i Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulundan, %2,2'si Tıp, %2,0'ı Mimarlık, %2,0'ı Güzel Sanatlar, %2,8'i Veteriner Fakültelerinde, %2,6'sı Beden Eğitimi Spor Yüksekokulundan, %0,6'sı Dilek Sabancı Devlet Konservatuarından, %4,8'i Sağlık Bilimleri, %4,6'sı Ziraat, %6,2'si İletişim, %0,6'sı Mesleki Eğitim, %7,6'sı Hukuk, %1,6'sı Dış Hekimliği Fakültelerindedir (Tablo 3).

Tablo 3: Fakülteler

Fakülteler	Frekans	Yüzde%
Mühendislik fakültesi	120	24.0
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	70	14.0
Edebiyat fakültesi	80	16.0
Fen Fakültesi	30	6.0
Teknoloji fakültesi	8	1.6
Teknik Bilimler MYO	4	0.8
Tıp Fakültesi	11	2.2
Mimarlık Fakültesi	10	2.0
Güzel Sanatlar Fakültesi	10	2.0
Veterinerlik Fakültesi	14	2.8
Beden Eğitimi Spor Yüksekokulu	13	2.6
Dilek Sabancı Devlet Konservatuarı	3	0.6
Sağlık Bilimleri Fakültesi	24	4.8
Ziraat Fakültesi	23	4.6
İletişim Fakültesi	31	6.2
Mesleki Eğitim Fakültesi	3	0.6
Hukuk Fakültesi	38	7.6
Dış Hekimliği Fakültesi	8	1.6
Toplam	500	100

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%82 oranında) 2020 olimpiyatlarının İstanbul'da yapılmasını kesinlikle istediğini belirtmiştir. Deneklerin %10'u olimpiyatların İstanbul'da yapılması fikrine katılmadığını belirtmiştir. Kararsız olan deneklerin oranı %6,6 konu hakkında fikri olmayanların oranı ise %1,4'tur (Tablo 4).

Tablo 4. Olimpiyatların İstanbul'da Yapılmasını İsterdim

	Kesinlikle katılıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Fikrim yok		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
2020 Olimpiyatları'nın İstanbul'da yapılmasını isterdim	410	82.0	50	10.0	33	6.6	7	1.4	500	100

İstanbul'un 2020 olimpiyatlarına ev sahipliği yapması durumunda, böyle bir organizasyonun üstesinden gelip gelemeyeceği sorusuna deneklerin %69,8'si olumlu yanıt vermiştir. %15,4'lük bir kesim böyle bir organizasyonun üstesinden gelinemeyeceğine inanırken katılımcıların %13,4'ü kararsız, %1,4'ü ise herhangi bir fikre sahip değildir (Tablo 5).

Tablo 5. İstanbul Olimpiyat Organizasyonunun Üstesinden Gelebilir

	Kesinlikle katılıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Fikrim yok		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
İstanbul'un bir olimpiyat organizasyonunun üstesinden gelebileceğine inanıyorum	349	69.8	77	15.4	67	13.4	7	1.4	500	100

İstanbul'un 2020 olimpiyatları için hangi özelliklerinden dolayı uygun olduğunu öğrenmek amacıyla katılımcılara çeşitli seçenekler sunulmuştur. Yöneltilen “stratejik konumundan dolayı uygundur” seçeneğine kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı %84,6, katılmıyorum diyenlerin oranı %9,2, kararsızım diyenlerin oranı %4,8, fikrim yok diyenlerin oranı %1,4'dir. “Doğal ve tarihi güzellikleri açısından uygundur” önermesine %90,6 kesinlikle katılıyorum, %8,0 katılmıyorum, %0,8 kararsızım derken %0,6'sı ise fikrim yok demiştir. “Ekonomik koşullarından dolayı uygundur” seçeneğine ise katılımcıların %52,6 kesinlikle katılıyorum derken katılmıyorum diyenlerin oranı %26,6, kararsız olanların oranı %18,0, fikrim yok diyenlerin oranı ise %2,8'dir. “Sportif geçmişinden dolayı uygundur” seçeneğine bakıldığında ise kesinlikle katılanlar %33,4, katılmayanlar %34,6, kararsız olanlar %26,0, bu konuyla ilgili herhangi bir fikre sahip olmayanlar ise %6,0 oranlık bir

dilimi oluşturmaktadır. Katılımcıların %36,4'lük kısmı ülkemizin “siyasal istikrar açısından uygun” olduğuna kesinlikle katılırken, %34,4'ü bu görüşe katılmadığını belirtmiş, %22,0'ı bu konu hakkında kararsız kalmış, %7,2'si fikrim yok demiştir. İstanbul'un kentsel hizmetler açısından uygun olduğuna katılımcıların %55,0'ı kesinlikle katılıyorken, %23,4'ü katılmamış, %16,6'sı kararsızım seçeneğini işaretlemiş, %5,0'ı da bu konuda bir fikri bulunmadığını belirtmiştir. Anket formunda bu soruda ucu açık ‘diğer’ seçeneği de katılımcılara sunulmuş, farklı bir fikir belirtmek isteyenlerin bu bölümü doldurması istenmiştir. Toplamda 20 denek (%4'lük bir kesim) ucu açık bu soruya cevap vermiştir. Verilen cevaplar dünya şehirleri arasında çekici bir konumda olması, pek çok kültüre ait insanı bünyesinde barındırması, kültürel faaliyetler açısından gelişmiş olması, köklü bir tarihi geçmişe sahip olması, kentsel altyapı hizmetlerin gelişmiş olması, halkın olimpiyatları istemesi, olimpiyatları kaldırabilecek kapasiteye sahip olması, tüm Türkiye açısından en uygun şehir olması ve İstanbul'un dünya genelinde iyi bir izlenime sahip olması olarak sıralanabilir (Tablo 6).

Tablo 6: İstanbul Olimpiyatlar İçin Neden Uyundur?

	Kesinlikle katılıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Fikrim yok		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Stratejik konumu	423	84.6	46	9.2	24	4.8	7	1.4	500	100
Doğal ve tarihi güzellikleri	454	90.6	40	8.0	4	0.8	3	0.6	500	100
Ekonomik koşulları	263	52.6	133	26.6	90	18.0	14	2.8	500	100
Sportif geçmişi	167	33.4	173	34.6	130	26.0	30	6.0	500	100
Siyasal istikrarı	182	36.4	172	34.4	110	22.0	36	7.2	500	100
Kentsel hizmetleri	275	55.0	117	23.4	83	16.6	25	5.0	500	100
Diğer									20	4.0

Ankete katılanlara İstanbul'un 2020 olimpiyatlarına seçilmemesinin nedenleri sorulduğunda deneklerin %70,6'sı “Türkiye'ye karşı önyargılar” seçeneğine kesinlikle katıldığını, %15,8 i katılmadığını, %11,0'ı kararsız olduğunu ve %2,6'sı ise fikrinin olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %30,0'ı neden olarak gösterilen “kentsel altyapı yetersizlikleri” seçeneğine kesinlikle katılırken, %46,4'ü bu seçeneğe

katılmamış, %19,6'sı bu konuda kararsız kalmış, %4,6'sı ise herhangi bir fikrinin olmadığını ifade etmiştir. “Tanıtım organizasyonundaki yetersizlikler” seçeneğine bakıldığı zaman %33,4'lük kısım kesinlikle katılıyorum, %42,4 katılmıyorum, %19,6 kararsızım derken %4,6'lık kısım fikrim yok demiştir. Sebeplerden biri olarak verilen “Türk sporunda son dönemlerde doping olaylarının gündeme gelmesine” ise katılımcıların %36,6'sı kesinlikle katılıyorum, %40,6'sı katılmıyorum, %17,4'ü kararsızım, %5,4'ü ise fikrim yok seçeneğini işaretlemiştir. “Sportif anlamda Türkiye'nin başarılı bir geçmişe sahip olmaması” seçeneğini değerlendirdiğimizde deneklerin %36,6'sı kesinlikle katılıyorum, %40,6'sı katılmıyorum, %17,4'ü kararsızım, %5,4'ü fikrim yok demiştir. “İslamofobinin” bu duruma sebep olduğu görüşüne katılanların oranı %49,8, katılmayanların oranı %30,4, kararsızlar %14,2 ve bir fikre sahip olmayanlar ise %5,6 oranındadır. “2020 olimpiyatlarına katılan diğer adayların İstanbul'a göre daha güçlü olması” seçeneğine %31,8'lik bir oran kesinlikle katılıyorum, %47,8 katılmıyorum, %14,4 kararsızım, %6,0 fikrim yok demiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde gündemde olan “şike olaylarının” bu duruma sebebiyet verip vermemesi seçeneğine %51,8 denek kesinlikle katılmış, %29,4 katılmamış, %14,0 kararsızım demiş ve %4,8'i fikrim yoktur seçeneğini işaretlemiştir. Deneklerin %3,4'ü bu seçeneklerden farklı olarak ucu açık “diğer” seçeneğini doldurmuştur. “Diğer” seçeneğinde belirtilen sebepler; siyasi stratejilerin yanlış olması, Gezi Parkı protestoları, barış ortamının olmaması ve insan hakları ihlallerinin sıklığı, ekonomik gelişmişlik düzeyinin düşük olması, dünyayı yöneten büyük güçlerin kararı, tanıtıma önem verilmemesi şeklinde sıralanmıştır (Tablo 7).

Tablo 7: İstanbul'un 2020 Olimpiyat Adaylığında Seçilmemesinin Sebepleri

	Kesinlikle katılıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Fikrim yok		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Türkiye'ye karşı önyargılar	353	70.6	79	15.8	55	11.0	13	2.6	500	100
Kentsel altyapı yetersizliği	150	30.0	232	46.4	97	19.4	21	4.2	500	100
Tanıtım organizasyonundaki yetersizlikler	167	33.4	212	42.4	98	19.6	23	4.6	500	100

Türk sporunda son dönemlerde doping olaylarının gündeme gelmesi	203	40.6	135	27.0	115	23.0	47	9.4	500	100
Sportif anlamda Türkiye'nin başarılı bir geçmişe sahip olmaması	183	36.6	203	40.6	87	17.4	27	5.4	500	100
İslamofobi	249	49.8	152	30.4	71	14.2	28	5.6	500	100
Diğer adayların daha güçlü olması	159	31.8	239	47.8	72	14.4	30	6.0	500	100
Türkiye'nin sportif alanda şike olayları ile gündeme gelmesi	259	51.8	147	29.4	70	14.0	24	4.8	500	100
Diğer									17	3.4

2020 olimpiyatlarının İstanbul'da yapılması durumunda bu etkinliğin ülkemize ne gibi getirileri olacağını belirlemeye yönelik verilen seçeneklerden biri olan “İstanbul ve Türkiye'nin tanınırlığı artardı” ifadesine deneklerin %95,0'ı kesinlikle katılıyorum, %3,6'sı katılmıyorum, %1,4'ü kararsızım demiş, fikrim yok seçeneğini herhangi bir katılımcı işaretlememiştir. Bu durumun ülkemize “ekonomik açıdan katkı sağlayacağı” fikrine öğrencilerin %90,2 kesinlikle katılmış, %7,0'si katılmamış, %1,4'ü kararsızken, %0,4'ü fikrim yok demiştir. “Ülke ve kent imajını olumlu etkilerdi” görüşüne katılımcıların %93,2'si kesinlikle katılıyorum, %2,6'sı katılmıyorum, %3,0'ı kararsızım, %1,2'si ise fikrim yok demiştir. Bu tür bir etkinliğin ülkede “yeni istihdam alanlarının oluşumuna katkı sağlardı” önermesine katılımcıların %78,6'sı kesinlikle katılıyorum, %8,2'si katılmıyorum, %9,8'i kararsızım %3,4'ü ise bu konuda bir fikrim yom cevabini vermiştir. “Olimpiyatların İstanbul'daki sosyal ve kültürel gelişime katkı sağlayıp sağlamayacağı” sorusuna katılımcıların %89,0'ı kesinlikle katıldığını ifade etmiş, %5,8'i katılmamış,%4,0'ı bu konuda kararsız olduğunu belirtmiş ve %1,2'si de bu konuda bir fikri bulunmadığını belirtmiştir. “Ülke sporuna katkı sağlardı” önermesine deneklerin %86,2'si kesinlikle katılıyorum, %7,8'i katılmıyorum,%5,6'sı kararsızım, %4,0'ise fikrim yok demiştir.

Katılımcıların %52,4'ü bu tür bir etkinliğin “siyasal ilişkileri olumlu yönde etkileyeceği” önermesine kesinlikle katılıyorum derken ,%23,6'sı bunun aksine katılmıyorum demiş, %19,4'ü ise bu konuda kararsız kalmış, %4,6'sının ise bu konuda herhangi bir fikri bulunmadığını belirtmiştir. Deneklerden %67,0'sı bu etkinliğin neticesinde “kentsel altyapı hizmetlerinin gelişeceğine” kesinlikle katılıyorum demiştir. Bu önermeye katılmayanlar %17,2, kararsızlar %11,6 ve fikri olmayanlar ise %4,2 oranındadır. Bu tür bir etkinliğin ülkeye başka katkıları da olduğunu düşünen kişiler ise %2,6'lık bir oranla “diğer” seçeneğini işaretleyerek görüşlerini bildirmiştir. Bu katkılar, sporun gelişimine katkı sağlaması, yeni kültürel ve sportif etkinliklerin ülkemize verilmesi açısından bir şans yaratması, misafirperverliğimizin diğer ülkelere bilinmesinin sağlanması, insanların zihniyet olarak değişiminin gerçekleşmesi ve yurt dışına çıkış imkanı kolaylaşması şeklinde sıralanmıştır (Tablo 8).

Tablo 8: 2020 Olimpiyatları İstanbul'da Yapılsaydı...

	Kesinlikle katılıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Fikrim yok		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
İstanbul ve Türkiye'nin tanınırlığı artardı	475	95.0	18	3.6	7	1.4	0	0	500	100
Ekonomik açıdan katkı sağladı	451	90.2	35	7.0	12	2.4	2	0.4	500	100
Ülke ve kent imajını olumlu etkilerdi	466	93.2	13	2.6	15	3.0	6	1.2	500	100
Yeni istihdam alanlarının oluşumuna katkı sağladı	393	78.6	41	8.2	49	9.8	17	3.4	500	100
Sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağladı	445	89.0	29	5.8	20	4.0	6	1.2	500	100
Ülke sporuna katkı sağladı	431	86.2	39	7.8	28	5.6	2	4.0	500	100
Siyasal ilişkileri olumlu yönde etkilerdi	262	52.4	118	23.6	97	19.4	23	4.6	500	100
Kentsel altyapı hizmetleri gelişirdi	335	67.0	86	17.2	58	11.6	21	4.2	500	100
Diğer									13	2.6

Sonuç ve Genel Değerlendirme

Şehirler küreselleşme ile birlikte, uluslararası arenada tanınan, zihinlerde olumlu çağrışımlar yaratan ve hedef kitleleri için cazip yerler olmak için yoğun bir rekabet içerisinde. Bu kapsamda kentler özellikle son yıllarda önemli sosyal, ekonomik, sportif ve kültürel etkinliklere ev sahipliği yaparak tanınırlığını arttırmaya çalışmaktadır. Literatürde mega etkinlikler olarak nitelendirilen büyük ve uluslararası organizasyonların kentin tanınırlığına etkilerini gösteren çalışmalar mevcuttur. Mega etkinlikler içerisinde uluslararası alanda en popüler ve kapsamlı organizasyon gerektiren olimpiyatlar pek çok ülkenin ev sahipliğini yapmak için yarıştığı küresel etkinliklerin başında gelmektedir.

Olimpiyatlar ile birlikte kentteki altyapı çalışmalarının ivme kazandığı, yeni yatırımlar yapıldığı, yeni iş olanaklarının doğduğu, etkinlikler sırasında ziyaretçilerin arttığı ve yapılan harcamaların ekonomiyi canlandırdığı beklenen sonuçlar arasındadır. Medya aracılığı ile etkinliği izleyen dünyanın dört bir yanındaki insanların zihninde yer etmelerini sağlayan, ülkeye ve kente prestij getiren, spor ve sporcu ruhunun gelişmesine katkı yaratan bu etkinliği düzenlemek ilk başta pek çok ülke için cazip bir fırsat olarak görülmektedir (Ritchie, 1984:2, Ritchie ve Smith. 1991:3-10). Bununla birlikte, olimpiyatlar sonrasındaki gelişmelerin her zaman umulduğu sonucu vermediğini gösteren çeşitli çalışmalar da mevcuttur. Örneğin yaratılan işlerin geçici, dönemlik, hizmet sektörü ağırlıklı ve az para ödeyen işler olması, altyapı yatırımları sırasında pek çok insanın yerlerinden edilmesi, bölgede rantın artması, büyük spor yatırımların etkinlik sonrası sınırlı sayıda kullanıcıya hizmet vermesi, yatırım maliyetlerinin yerel halk üzerinde ağır vergi yükü oluşturması, yoğun güvenlik tedbirlerinin yasayanlar üzerinde baskı oluşturması gibi pek çok olumsuz deneyimler uluslararası literatürde çeşitli araştırmacılar tarafından dile getirilmiştir (Malfas ve ark., 2004:209-220, Moserg, 1997:748-751, Kang ve Perdue, 1994: 205-225). Araştırma sonuçları, olimpiyatların gelişmiş ülkelere çok geliştirmekte olan ülkelere daha ağır yükler getirdiği yönündedir.

Olimpiyat ev sahipliğine beş kez aday olan İstanbul en son 2020 Olimpiyatlarında finale kadar kalmış, son turdaki oylamada Tokyo'nun kazanmasıyla

uzun yıllardır devam eden bu hayalini gerçekleştirememiştir. İstanbul'un 2020 olimpiyat adaylığına destek verenler olduğu kadar bunun gerekli olmadığını, Türkiye açısından olumsuz sonuçlar doğuracağını düşünenlerde de olmuş, konuyla ilgili yazılar ve tartışmalar medyada adaylık sürecinden itibaren yer bulmuştur. Bu çalışma, İstanbul'un olimpiyatlara ev sahipliği yapma hedefinin ve elenmesinin kamuoyundaki yankılarını 500 Selçuk Üniversitesi öğrencisi üzerinde araştırmayı hedeflemiştir. Araştırma sonuçlarında öne çıkan bulgular şu şekildedir:

- Katılımcıların %82 gibi büyük bir çoğunluğu, 2020 Olimpiyatlarının İstanbul'da yapılmasını istediğini belirtmiştir.

- İstanbul'un büyük bir olimpiyat organizasyonunun üstesinden gelebileceğine inanan deneklerin oranı, olimpiyatların İstanbul'da yapılmasını isteyenlerin oranından daha düşük çıkmıştır (%69,8).

- Katılanların en çok hemfikir olduğu özellik İstanbul'un doğal ve tarihi güzelliklere sahip bir şehir olması ve stratejik konumundan dolayı olimpiyatlar için uygun olmasıdır.

- İstanbul'un kentsel hizmetler açısından ve ekonomik koşullarından dolayı uygun bir yer olduğunu düşünenlerin oranı ise deneklerin yaklaşık yarısını oluşturmaktadır.

- Deneklerin yalnızca yaklaşık üçte birlik dilimi İstanbul'un sportif geçmişi ve siyasal istikrarı açısından olimpiyatlar için uygun olduğuna inanmaktadır. Bu oranın diğer önermelere göre daha düşük kaldığı görülmüştür.

- Katılımcıların çoğunluğu, Türkiye'ye karşı olan ön yargıları 2020 Olimpiyatları için seçilmeme nedeni olarak görmektedir. Bunun dışında İslam'a karşı ön yargılar seçilmeme sebebi olarak öne çıkmaktadır.

- Katılımcıların yarıya yakını, Türkiye'nin son dönemde doping ve şike olayları ile gündeme gelmesini seçilmeme nedeni olarak görmüştür.

- Türkiye'nin başarılı bir sportif geçmişe sahip olmaması, diğer adayların İstanbul'a karşı daha güçlü olduğuna inanılması, kentsel altyapı yetersizliği ve Türkiye'nin tanıtım organizasyonundaki yetersizliği seçilmeme nedeni olarak daha geri sıralarda gözükmektedir. Bu seçenekleri

işaretleyen denekler toplam içerisinde yaklaşık üçte birlik bir yoğunluğa sahiptir.

- Katılımcıların çok büyük çoğunluğu Olimpiyatların Türkiye'nin tanınırlığına katkı sağlayacağına ve ülke imajına olumlu yönde etki edeceğine inanmaktadır.

- Olimpiyatların kente ekonomik, sosyo-kültürel ve sportif alanda katkı sağlayacağına inananlar, deneklerin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla yeni istihdam yaratma ve kentsel altyapı hizmetlerinin gelişmesi düşüncesi takip etmektedir. Bunun dışında deneklerin yaklaşık yarısı olimpiyatlarla siyasal ilişkilerin olumlu yönde etkileneceğine inanmaktadır.

Çalışma genel olarak katılımcıların olimpiyatlar için İstanbul'un uygun bir şehir olduğu, kente büyük katkılar sağlayacağı yönündeki inancının yüksek olduğunu göstermiştir. Deneklerin büyük bir oranda olimpiyatların İstanbul'a ekonomik, sosyo-kültürel, sportif ve tanınırlık anlamında büyük katkı sağlayacağına inandıkları görülmüştür. Yukarıda özetlenen bu sonuçlar, katılımcıların olimpiyatların olumsuz etkileri de olabileceği yönünde bir beklentiye ya da farkındalığa sahip olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Türkiye ve İslama karşı olan önyargıların, seçilmeme noktasında en etkili etmenler olarak dile getirilmiştir. Türkiye'nin spor geçmişiyle birlikte doping ve şike olaylarını da seçilmeme sebebi olarak görenlerin oranı yüksek bulunmuştur.

Bu çalışma olimpiyatların İstanbul'da yapılmasıyla ilgili genç nüfusun görüşlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Farklı yaş ve meslek gruplarından daha geniş bir örneklem üzerinde yapılacak başka bir çalışma ile araştırmayı daha kapsamlı ve ileri bir boyuta taşımak mümkündür.

KAYNAKÇA

ERAYDIN, Ayda (2001). "Küreselleşme-Yerelleşme ve İşlevleri Farklılaşan Kentler", Prof. Dr. Cevat Geray'a Armağan, Mülkiyeliler Birliği Yayınları 25, Ankara, 363-392.

- GOLD John R ve GOLD Margaret M. (2008). "Olympic Cities: Regeneration, City Rebranding and Changing Urban Agendas". *Geography Compass* Cilt: 2 No: 1, 300-318.
- GÜNEY Emir, (2014). <http://www.khas.edu.tr/uploads/panaromakhas/say18/EmirGüney.pdf>, (Erişim Tarihi:13.01.2014)
- KANG Yong-Soon ve PERDUE Richard, (1994). "Long Term Impact of Mega Event on International Tourism to Host Country: A Conceptual Model Case of the 1988 Seoul Olympics". *The Journal of International Consumer Marketing*. Cilt: 6, No: 3/4, 205-225.
- KAYPAK Şafak (2013). "Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve 'Marka Kentler'", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 14, No: 1, 335-355.
- KEYDER, Çağlar (1996). *Ulusal Kalkınmacılığın İflası*, Metis Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- MALFAS Maximos, Theodoraki Eleni, Houlihan Barrie (2004). "Impacts of the Olympic Games as Mega Events", *Proceedings of the Institution of Civil Engineers, Municipal Engineer* 157, September 2004, Sayı: ME3 209-220.
- MOSBERG Lena Larsson. (1997). "The Event Market", *Annals of Tourism Research*, Cilt: 24, No: 3, 748-751.
- RITCHIE, JR Brent (1984). "Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues". *Journal of Travel Research*. Cilt: 23, No: 1, 2-11.
- RITCHIE, JR Brent ve SMITH, Brian (1991). "The Impact of a Mega Event on Host Region Awareness: A Longitudinal Study". *Journal of Travel Research*. Cilt: 30, No: 1, 3-10.
- SILVESTRE Gabriel (2008). *The Social Impacts of Mega Events: Towards a Framework*. *Esporte e Sociedade*, Cilt: 4, No:10, Nov.2008-Fev.2009, 1-26.
- SMITH, Andrew (2005). "Reimagining the City: The Value of Sport Initiatives". *Annals of Tourism Research*. Cilt: 32. No:1, 217-236
- TAŞÇI, Asli. and GARTNER William (2007). "Destination Image and its Functional Relationships", *Journal of Travel Research*, No:45, 413-425.
- WAITT, Gordon (1999). "Playing Games with Sydney: Marketing Sydney for the 2000 Olympics". *Urban Studies*. Cilt:36, No: 7, 1005-1077.

WAITT Gordon (2003). "Social Impacts of the Sydney Olympics" *Annals of Tourism Research*, Cilt: 30, No: 1, 194-215.