

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda:

*Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri
Kapsamında Değerlendirilmesi*

**Sinan ŞENER, Volkan BAHÇECİ, Hümevra DOĞRU, Zehra Gökçe SEL,
Mehmet ERTAŞ, Seren SONGÜR, Özkan TÜTÜNCÜ**

Turizmin Yerel Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi: Marmaris Otelcilik Endüstrisi Örneği
Mustafa TERZİOĞLU, Ummuhan GÖKOVALI

Foça Club Med Tatil Köyü: Tarihçesi, Özellikleri ve Türkiye Turizmi için Sonuçları
Metin KOZAK, Yeşim COŞAR

*İstismarcı Yönetici Algısının Kaytarma Üzerindeki Etkisinde Duygusal
Tükenmenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir İnceleme*
Emre SEZİCİ, Ömer Zafer GÜVEN

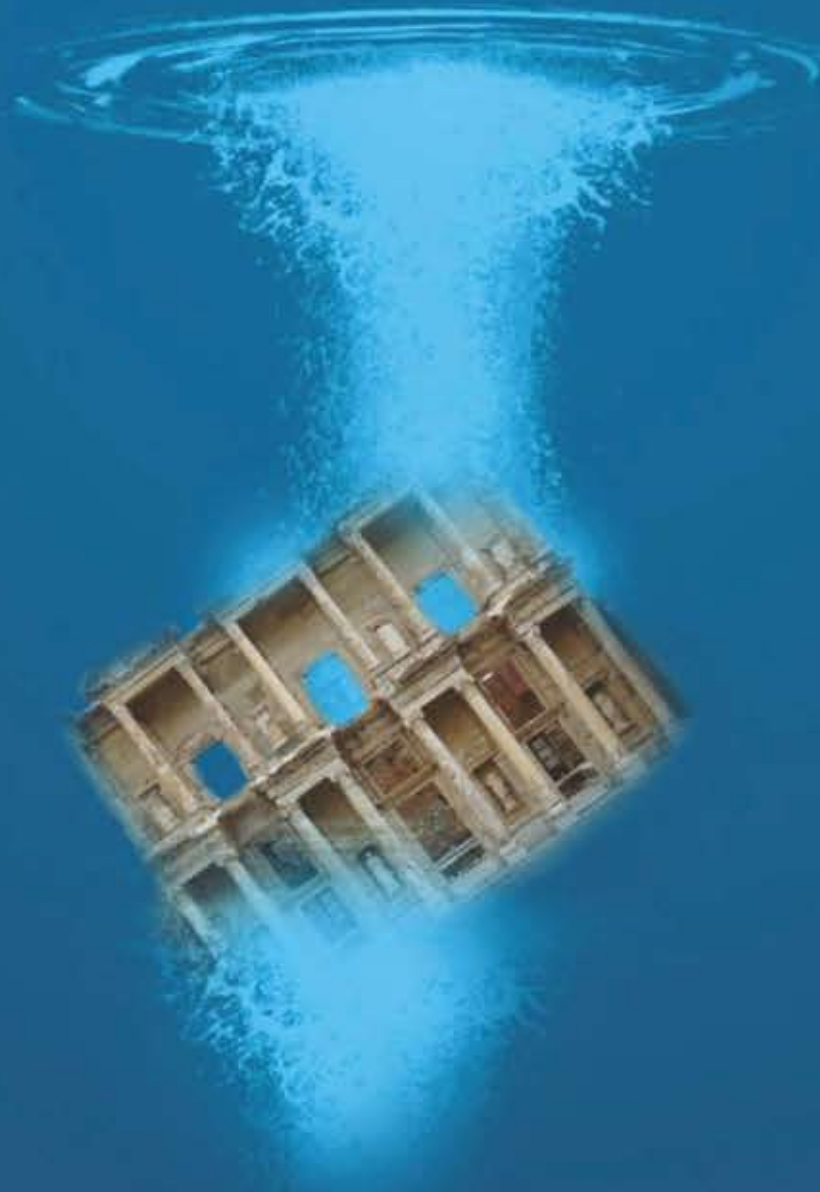
Uçuş Deneyiminde Müşterilerarası Etkileşimler: Kritik Olaylar Tekniği İle Bir Durum Analizi
Meltem CABER

Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Nitel Bir Araştırma
Gökhan YILMAZ, Bahattin ÖZDEMİR

Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekânın Etkinliği
Nur KULAKOĞLU DİLEK, Cafer TOPALOĞLU

Turizm, Terörizm ve Siyasi İstikrarsızlık
Sevil F. SÖNMEZ / Türkçe'ye Çevirenler: Ayşegül ACAR - Ozan ATSIZ





ANATOLIA

Tourism Films Competition



ANATOLIA TOURISM DOCUMENTARY & ADVERTISING FILMS COMPETITION

ANATOLIA TURİZM BELGESEL VE REKLAM FİMLERİ YARISMASI



<http://anatoliajournal.com/tourismfilms>

Yazarların Dikkatine...

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

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

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

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

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

Saygıyla duyurulur..

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi
Editörlüğü

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

EDİTÖRLER

Nazmi KOZAK (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü)
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/2130
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

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

EDİTÖR DANIŞMA KURULU

İbrahim BİRKAN, Atılım Üniversitesi
Hasan Işın DENER, Emekli Öğretim Üyesi
Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Asker KARTARI, Kadir Has Üniversitesi
Meryem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Meral KORZAY, Boğaziçi Üniversitesi
Metin KOZAK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Mehmet ÖZDEMİR, Emekli Öğretim Üyesi
Bahattin RIZAOĞLU, Emekli Öğretim Üyesi
Sevil F. SÖNMEZ, University of Central Florida
Alp TİMUR, Emekli Öğretim Üyesi
Öcal USTA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Muzaffer S. UYSAL, University of Massachusetts Amherst
M. Mithat ÜNER, Gazi Üniversitesi
Şükrü YARCAN, Nişantaşı Üniversitesi

BÖLÜM EDİTÖRLERİ

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

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

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

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

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

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

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

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

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



YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 589 - 06444, Yenisehir, ANKARA
Tel: 0312 - 434 09 49 • Faks: 0312 - 434 31 42
<http://www.anatoliajournal.com/atad>

YAYIN POLİTİKASI

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

ÖNEMLİ AÇIKLAMA

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

İmtiyaz sahibi: Hüseyin Yıldırım, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Organizasyon, Danışmanlık, Turizm Ltd. Şti.

Yönetim Adresi: Adakale Sokak, No: 14/1, Kızılay, 06420 Ankara
Tel: 0312 - 434 09 49 • Faks: 0312 - 434 31 42
E-posta: detayyay@ttnet.net.tr

Basıldığı Yer ve Tarih: Ankara, Haziran 2016

Yayın türü: Süreli yayın (Altı aylık süreli)

Basımcı: Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi

Basımcı Adresi: 1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1, İskitler-Ankara

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

Editör Kurulu Üyeleri

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

Editör Kurulu Üyeleri (devam)

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

İÇİNDEKİLER**HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**

- 7** Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi
Sinan ŞENER, Volkan BAHÇECİ, Hümeıra DOĞRU, Zehra Gökçe SEL, Mehmet ERTAŞ, Seren SONGÜR, Özkan TÛTÛNCÛ
- 27** Turizmin Yerel Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi: Marmaris Otelcilik Endüstrisi Örneği
Mustafa TERZİOĞLU, Ummuhan GÖKOVALI
- 39** Foça Club Med Tatil Köyü: Tariheesi, Özellikleri ve Türkiye Turizmi için Sonuçları
Metin KOZAK, Yeşim COŞAR
- 58** İstismarcı Yönetici Algısının Kaytarma Üzerindeki Etkisinde Duyusal Tükenmenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir İnceleme
Emre SEZİCİ, Ömer Zafer GÜVEN
- 69** Uçuş Deneyiminde Müşterilerarası Etkileşimler: Kritik Olaylar Tekniği İle Bir Durum Analizi
Meltem CABER
- 81** Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Nitel Bir Araştırma
Gökhan YILMAZ, Bahattin ÖZDEMİR
- 96** Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekânın Etkinliği
Nur KULAKOĞLU DİLEK, Cafer TOPALOĞLU

SEÇME ÇEVİRİ MAKALE

Gürel ÇETİN, Editör

- 110** Turizm, Terörizm ve Siyasi İstikrarsızlık
Sevil F. SÖNMEZ / Türkçe'ye Çevirenler: Ayşegül ACAR - Ozan ATSIZ

REKREASYON İNCELEMELERİ

Özkan TÛTÛNCÛ, Editör

- 138** Rekreasyon Alanında Kurumsallaşma Sürecinin Yeniden Değerlendirilmesi
Özkan TÛTÛNCÛ

İÇİNDEKİLER

TÜRK TURİZM TARİHİNDEN

Mehmet ÖZDEMİR, Editör

- 143** Türk Turizm Tarihinde Bir Büyük Usta: *Selahattin Çoruh*
Mehmet ÖZDEMİR

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMACILARI

Metin KOZAK, Editör

- 153** Bülent Ağaoğlu: Bir "Ahir Zaman" Şövalyesi
Nazmi KOZAK
- 164** Türkiye Turizm Ana Politikalarının Öncüsü: *İhsan Çetin*
Arzu TURAN
- 169** *Muhsin Zekai Bayer*: Milli Parklar ve Turizm Dostu
Nihan YENİLMEZ ARPA
- 180** Ankara Otelcilik Okulu'nun Efsane Müdürü: *Yunus Aslan*
Arzu TURAN
- ETKİNLİKLERİMİZ**
Nazmi KOZAK, Editör
- 187** *Araştırma Yöntemleri Semineri (2002–2017): Başlangıcından Bugüne Bir Seminerin Anatomisi*
Nazım KÖRÜKÇÜ
- TURİZM ARAŞTIRMA PROJELERİ**
Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Editör
- 200** Trakya Turizm Rotası
(Proje Yürütücüsü: Yrd. Doç. Dr. Nilüfer VATANSEVER TOYLAN)
- ETKİNLİK NOTLARI**
Osman GÜLDEMİR, Editör
- 203** 13. Araştırma Yöntemleri Semineri
Leyla ŞİŞİK
- 204** II. Uluslararası Gastronomi Kongresi İzmir'in Ardından...
Burak MİL
- 207** Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Makale Hazırlama ve Yayım Bilgileri

Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi*

Evaluation of Qualitative Researches within the Field of Tourism According to the Criteria of Trustworthiness

Sinan ŞENER*, **Volkan BAĞECİ****, **Hümeıra DOğRU*****, **Zehra Gökçe SEL******, **Mehmet ERTAŞ*******,
Seren SONGÜR*****, **Özkan TÖTÖNCÖ*******

*Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: sinansener85@gmail.com

** Araş. Gör., Dokuz Eylöl Üniversitesi, İşletme Faköltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: volkan.bahceci@deu.edu.tr

*** Araş. Gör., Dokuz Eylöl Üniversitesi, İşletme Faköltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: humeyra.dogru@deu.edu.tr

**** Araş. Gör., Dokuz Eylöl Üniversitesi, İşletme Faköltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: gokce_doner@hotmail.com

***** Araş. Gör., Dokuz Eylöl Üniversitesi, İşletme Faköltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: mertas29@gmail.com

***** Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: serenongur@gmail.com

***** Prof. Dr., Dokuz Eylöl Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü, Sağlık Kampüsü, 35340, İnciraltı, İzmir.
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 1 Temmuz 2016
Birinci düzeltme: 29 Ağustos 2016
Kabul: 12 Ekim 2016

Anahtar sözcükler: Nitel araştırma, Güvenirlik ve geçerlik modeli, Anatolia.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 1 July 2016
Resubmitted: 29 August 2016
Accepted: 12 October 2016

Key words: Qualitative research, Trustworthiness, Anatolia.

ÖZ

1980'li yıllardan bu yana nitel araştırmalarda güvenirlik ve geçerliği sağlayabilmek için bazı ölçütler belirlenmeye çalışılmaktadır. Özellikle 2000'lerin başında bu ölçütlerin kullanımının yaygınlaştığı görölmektedir. Bu bakımdan ölçütlerin nitel araştırmalarda ne kadar dikkate alındığının tespiti oldukça önemlidir. Bu alışmada, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan nitel çalışmalar incelenmiş ve bunların nitel araştırmalarda kullanılması gereken güvenirlik ve geçerlik ölçütlerini ne düzeyde karşıladıkları saptanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda ilgili dergide yayınlanan ve nitel yöntem kullanıldığı belirlenen toplam 31 çalışma incelemeye alınmıştır. Araştırmanın bulguları, 1990 yılından 2007 yılına kadar yayınlanan çalışmaların, nitel araştırmalar için gerekli olan güvenirlik ve geçerlik ölçütlerinin çoğunu karşılamadığını, öte yandan 2007 yılından sonra bu ölçütlere çalışmalarda daha fazla yer verildiğini göstermiştir.

ABSTRACT

Since 1980s, there was an ongoing effort to define some certain criteria in terms of providing validity and reliability in qualitative research. Particularly in the beginning of 2000s, it was observed that usage of these criteria has been more common. It was important to examine the extent of conformation to these criteria in qualitative studies. In this research, qualitative articles that were published in Journal of Anatolia Tourism Research have been examined in terms of the level of usage of these criteria in qualitative articles. 31 qualitative articles have been identified in this regard. The findings of the study revealed that the articles published between 1990 and 2007 did not compensate the most of validity and reliability criteria, whereas the ones published after 2007s covered more of these criteria.

* Bu makale, 29.04.2016-30.04.2016 tarihleri arasında Nevşe-hir, Avanos'ta düzenlenen 8. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nde özet olarak sunulan ve bildiri kitabında yayınlanan "Turizm Alanındaki Nitel Araştırmalarda Uygulanan Yöntem Ölçütlerinin Değerlendirilmesi" başlıklı bildirinin geliştirilmiş halidir.

GİRİŞ

Genel olarak araştırmaların güvenirliği ve geçerliği yapılan çalışmaların tasarım ve uygulama aşamalarında gösterilen özenle doğrudan ilişkili olarak görölmektedir. Bu kapsamda, tüm

araştırmaların özenle tasarlanıp uygulanması, okuyucuya, uygulayıcılara ve diğer araştırmacılara doğru ve haklı görünecek sonuçlar sunması beklenmektedir (Merriam 2013). Nitel araştırma yöntemi kullanılan çalışmaları daha güvenilir ve geçerli kılabilmek adına kullanılan stratejileri, Guba'nın (1981) güvenirlilik ve geçerlik modeli kapsamında inceleme altına alan Shenton (2004) "*credibility*" (inandırıcılık), "*transferability*" (aktarılabirlik), "*dependability*" (tutarlılık) ve "*confirmability*" (doğrulanabilirlik) ana ölçütleri kapsamında değerlendirmektedir. Gerçekleştirilen bu araştırmada, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde (Anatolia) 2016 yılına kadar yayımlanan nitel araştırmaların, Shenton'ın (2004) Guba (1981) tarafından geliştirilmiş olan güvenirlilik ve geçerlik modelini temel alarak derlediği ölçütler kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

NİTEL ARAŞTIRMALARDA GÜVENİRLİK VE GEÇERLİK MODELİ

Nitel yöntem kullanılan araştırmaların objektif bakış açısı ile yürütülmesi ve bunun tarafsız bir şekilde kamuoyuna sunulmasının zorluğuna işaret eden bazı çalışmalarda (Maxwell 1992; Creswell 2003; Wiersma ve Jurs 2005), "araştırmada güvenirlilik ve geçerlik" esaslarında adaptasyon sürecinin gerekliliğine vurgu yapılmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinde bir genellemeye varmanın güç olması sebebiyle nicel yöntemlerde kullanılan güvenirlilik ve geçerlik ölçütlerinin veya ölçümlerinin nitel yöntemlere uygulanması mümkün olmamaktadır. Bu durumun altında yatan temel neden, nitel ve nicel paradigmanın bu konudaki söylemlerinin farklı olması ve nicel bir çalışmada bütün prosedürlerin uygulanarak üçüncü tarafların ikna edilmesi söz konusu iken nitel araştırmalarda çıkan sonucun mantıklı olduğunun kanıtlanmasına ve okuyucunun ikna edilebilmesine yönelik detaylı betimlemelerin verilmesidir (Firestone 1993).

Nitel araştırmalarda güvenirlilik ve geçerlik konusu çeşitli araştırmacılar tarafından birbirinden farklı yaklaşımlarla ele alınmıştır. Bu kapsamda gerçekleşen araştırmaların bu konuda geliştirmiş olduğu farklı kıstaslar, sonraki çalışmalara önderlik etmiştir (Krefting 1991; Maxwell 1992; Fi-

restone 1993; Miles ve Huberman 1994; Merriam 1995; Padgett 1998; Creswell 1998; Healy ve Perry 2000; Thomas ve Magilvy 2011).

Eisner (1991), güvenirlilik ve geçerliği yapısal doğrulama, mutabık geçerlik ve bilgi yeterliliği terimleri ile ifade ederken, Maxwell (1992) betimsel geçerlik, yorumlayıcı geçerlik, kuramsal geçerlik, genellenebilir geçerlik ve değerlendirmeci geçerlik olarak beş boyutta sınıflandırmaktadır. Merriam (1995) bu konuda iç geçerlik, güvenirlilik ve dış geçerlik olmak üzere üç ölçüt önerirken, Angen (2000) geçerliğin bir araştırmacının güvenirliliğinin ve kalitesinin muhakemesi olduğunu belirtmekte ve etik geçerlik ve sürekli geçerlik olmak üzere iki tür geçerlikten söz etmektedir. Whittemore, Chase ve Mandle (2001) nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirliliğin birincil ve ikincil ölçütlere bağlı olduğunu ve bu ölçütleri karşılamak için yapılması gereken bazı teknikler olduğunu ifade etmektedir. Birincil ölçütler güvenirlilik, özgünlük, eleştirelilik, dürüstlük iken ikincil ölçütler açıklık, canlılık, yaratıcılık, tamlık, mutabakat ve hassasiyettir.

Bu çalışmalardan farklı olarak nitel araştırmalarda güvenirlilik ve geçerlik konusuna eleştirel bir bakış açısı getiren araştırmacılar da bulunmaktadır. Örneğin; Wolcott (1990) geçerliğin ne yol gösterdiğini ne de bilgi verdiğini iddia etmekte ve nitel araştırmalardaki amacın eleştirel unsurları belirlemek ve bunlardan mantıklı yorumlar yazmak olduğunu belirtmektedir. Wolcott (1990) araştırmacıların güvenirlilik ve geçerlik ölçütlerine dikkat ederken, araştırmacının özünden uzaklaşabildiklerini belirtmekte, bu nedenle geçerlik terimi yerine "anlayış" terimini önermektedir. Kvale (1995) ise nitel çalışma geleneğinde geçerlik arayışında kesin kanıtlar bulunamayacağını ifade etmektedir.

Nitel araştırmalarda, araştırmacıdan ve katılımcılardan kaynaklı ön yargıları veya tehditleri önlemek ve sonuçların objektif bir şekilde verilebilmesini sağlamak için araştırmacılar tarafından izlenmesi gereken bazı stratejiler bulunmaktadır (Creswell 1998). Bu kapsamda yapılan alanyazın taramasında nitel araştırmalarda güvenirlilik ve geçerlik koşullarının sağlanmasına yönelik

öneriler getiren çalışmaların incelenmesi sonucu farklı yazarlar tarafından ortaya konmuş birtakım stratejilere Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Nitel Araştırmalarda Güvenirlik ve Geçerliğin Sağlamasına Yönelik Ortaya Konmuş Temel Stratejiler

Stratejiler	Araştırmalar
Katılımcı Teyidi	Lincoln ve Guba 1985 Maxwell 1992 Merriam 1995 Creswell 1998, 2003
Uzun Süreli Çalışma	Kirk ve Miller 1986 Maxwell 1992 Golafshani 2003
Ayrıntılı Betimleme	Maxwell 1992 Creswell 1998, 2003 Whittemore, Chase ve Mandle 2001 Patton 2002 Li 2004
Analiz Formu	Lincoln ve Guba 1985 Maxwell 1992 Creswell 2003
Çeşitleme (Üçleme)	Guba 1981 Lincoln ve Guba 1985 Maxwell 1992 Creswell 1998, 2003 Decrop 1999 Patton 2002 Horsburgh 2003
Yinelenen Sorular	Maxwell 1992 Merriam 1995 Patton 2002 Shenton 2004
Rastlantısal Örneklem Seçme	Guba 1981 Maxwell 1992 Hoepfl 1997 Padgett 1998 Shenton 2004
Uzman inceleme	Krefting 1991 Erlandson vd. 1993 Miles ve Huberman 1994 Creswell 1998, 2003 Shenton 2004 Lietz, Langer ve Furman 2006
Vaka Analizi	Miles ve Huberman 1994 Creswell 1998, 2003 Marvasti 2004
Bulguların Literatürle Kıyaslanması	Lincoln ve Guba 1985 Maxwell 1992 Daymon ve Holloway 2003

Nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlik konusunda öncü çalışmalardan biri Guba’ya (1981) ait olup yazar bu kapsamda nitel araştırmalarda “*trustworthiness*” kavramını güvenilirlik ve geçerliğe yönelik unsurları altında toplayan bir çatı kavram olarak ortaya atmıştır. Guba (1981), Türkçe karşılığı ‘*güvenilirlik*’ olan ve yerli yazına da ‘*güvenirlik*’ olarak geçmiş olan ‘*trustworthiness*’ kavramını Türkçe sözlükteki anlamından daha geniş bir kapsamda güvenilirlik ve geçerliği karşılayacak şekilde kullandığı için bu çalışmada da ‘*trustworthiness*’ kavramı ‘*güvenirlik ve geçerlik modeli*’ olarak ifade edilecektir.

Guba (1981) tarafından geliştirilen ve bu araştırmanın temelini oluşturan güvenilirlik ve geçerlik modeli “*credibility* (inandırıcılık)”, “*transferability* (aktarılabirlik)”, “*dependability* (tutarlılık)” ve “*confirmability* (doğrulanabilirlik)” alt başlıklarını içermektedir. Bu alt başlıklara ve Guba’nın (1981) bu modeli ortaya attığı dönemde yaygın olan mevcut paradigma içerisinde hangi kavramlara karşılık geldiklerine Tablo 2’de yer verilmiştir.

İNANDIRICILIK (CREDIBILITY)

İnandırıcılık kavramı incelendiğinde ilgili yazında genel olarak “iç geçerlilik” ve “doğruluk değeri” kavramlarına karşılık olarak kullanıldığı görülmektedir (Guba 1981; Shenton 2004; Rapport vd. 2015). Nitel araştırmalarda inandırıcılık, araştırma katılımcılarının aktardıkları deneyimlerin çalışma aracılığıyla okuyucuya ne ölçüde doğru ve anlaşılır bir şekilde aktarıldığının ölçütüdür (Thomas ve Magilvy 2011). Diğer bir ifade ile araştırmacının sonuçlarında sunduğu gerçekliğin, katılımcıların ortaya koyduğu gerçeklikle

Tablo 2. Nitel Araştırmalarda Güvenirlik ve Geçerlik Modeli

Bakış Açısı	Bilimsel İfade	Güvenirlik ve Geçerlik Modeli
Doğruluk değeri	İç Geçerlik	İnandırıcılık (Credibility)
Uygulanabilirlik	Dış Geçerlik (Genellenebilirlik)	Aktarılabirlik (Transferability)
Tutarlılık	Güvenirlik	Tutarlılık (Dependability)
Tarafsızlık	Objektiflik	Doğrulanabilirlik (Confirmability)

Kaynak: Guba (1981).

örtüşür vaziyette olmasına odaklanır (Sinkovics, Penz ve Ghauri 2008). Bir çalışmanın inandırıcılığını arttırmaya yönelik olarak Shenton (2004) tarafından derlenmiş olan stratejiler bu alanda çalışma yapmış diğer yazarların çalışmalarından da yararlanılarak aşağıdaki şekilde sunulmuştur:

Bir araştırmada inandırıcılığı arttırmak için ilk gereklilik *uygun yöntem kullanımı ve uygulamadır* (Shenton 2004). Yöntemsel olarak uygunluğun sağlanması için araştırmanın sorusu ile seçilen yöntemin bileşenleri örtüşür vaziyette olmalı, soru, yöntem, veri ve analitik süreçler bir bütünlük sağlamalıdır (Morse vd. 2002). Aksi takdirde uygun olmayan bir yöntem ile yapılacak uygulama ya sonuca ulaşmayacak ya da inandırıcı olmayan sonuçlar ortaya koyacaktır.

Bir diğer strateji olarak, *uygulama alanını tanımak* adına araştırmacının uygulamayı gerçekleştirdiği bölgede fazladan geçirdiği zaman, yerel halkın araştırmacılara alışmasını sağladığı gibi aynı zamanda hem yerel halkın hem de araştırmacıların kendi önyargı ve bakış açılarını yeniden gözden geçirmeleri için bir fırsat sunmaktadır (Guba 1981). Ancak her ne kadar daha kapsamlı veri elde edilmesini sağlasa da bu uygulamada dikkatli olunması gereken husus araştırmacının katılımcılarla kurduğu yakınlığın tarafsızlığını etkilememesidir (Fontana ve Frey 2005).

Shenton (2004), inandırıcılığı sağlamanın bir diğer ölçütü olarak *rastlantısal örneklem seçimini* ortaya koymakla beraber bu ölçütün nitel araştırmalarda uygulanmasının çok tercih edilir olmadığını da ifade ederek bu ölçüte dair açıklamalarında asıl vurguyu örneklem seçiminin tarafsız olmasına yapmaktadır. Ona göre önemli olan, araştırmacının, rastlantısal olsun veya olmasın örneklem seçimini tarafsız yaptığına dair okuyucuya inandırıcı açıklamalar yapmasıdır. Benzer şekilde Creswell'e (1998) göre de eğer araştırmacı amaçlı bir örneklem seçimine yönelecekse kafasında net ölçütler olmalı ve aldığı kararları okuyucuya rasyonel gerekçelerle açıklayabilmelidir.

Çeşitleme nitel araştırmalarda araştırmanın inandırıcılığının artırılması için kullanılan bir stratejidir (Golafshani 2003). Çeşitleme, tek bir noktanın birbirinden farklı ve bağımsız kaynaklardan ele alınmasıdır. Bir fenomenin veya araş-

tırma sorusunun birden fazla veri kaynağından incelenmesi olarak görülmektedir (Decrop 1999). Çeşitleme farklı şekillerde yapılabilmektedir. Bunlardan bazıları yöntemde, veri kaynaklarında, araştırmacıda ve teoride çeşitlemedir (Krefting 1991). Araştırmacının farklı kaynaklardan elde ettiği bu bulgular ve yaptığı çıkarımlar eğer birbirleriyle tutarlılık gösterirse okuyucu açısından araştırmanın bulguları daha ikna edici olacaktır (Carlson 2010).

Elde edilen verinin inandırıcılığından emin olmak için *katılımcıların dürüst olmaları* teşvik edilmelidir. Sekaran'ın (2003) ifade ettiği şekliyle katılımcılar sonuçlarından korkmadan dürüst ve doğru cevaplar verebilmelerine olanak tanıyacak kadar rahatlatılmalıdırlar. Katılımcıların gönüllü olarak katılan kişiler olması ve görüşülen kişilere daha çok konuşma fırsatı verilmesi de bunun bir yoludur (Kozak 2014). Ayrıca, katılımcılara araştırmanın amacı, yöntemi, kendilerinden toplanan verinin ne şekilde kullanılacağı, anonimliklerinin nasıl korunacağı ve özellikle kendilerinden beklenenin ne olduğu konusunda açık ve net bilgiler verilmelidir (Li 2004).

Yinelenen sorular sorma stratejisi de katılımcıların dürüstlüğüne benzer şekilde elde edilecek verinin inandırıcılığını denetlemeye yönelik bir stratejidir. Krefting'e (1991) göre bir araştırmacı sorularına aldığı yanıtlardan emin olmak için görüşme sürelerini uzatarak, önceden sorduğu soruları farklı şekillerde yeniden kurgulayarak olumlu ve olumsuz cevaplar arasındaki tutarlılığı kontrol etmelidir. Bu sayede hangi verilerin analize dahil edileceği ve hangi katılımcıların tutarlı veri sağladığı tespit edilmiş olacaktır.

Bir diğer yöntem olan *olumsuz vaka analizi* araştırmanın şablonuna uymayan yapıların araştırılmasıdır. Patton'a (1999) göre ortaya konan modele uymayan bu olumsuz vakalar araştırmacının model anlayışını zenginleştirirken kuralı genişletebilir, şüpheli hale getirebilir veya değiştirebilir; ancak etkisi ne olursa olsun araştırmacıyı bütünü anlamaya daha da yaklaştırır. Araştırmacı araştırmanın süreci boyunca her aşamada elindeki veriye geri dönüp vakaların ne kadarını karşıladığını tekrar tekrar kontrol etmelidir (Shenton 2004).

İnandırıcılık adına yapılan uygulamaların en yaygın olanlarından biri olan *uzman incelemesi*, araştırma sürecinin ve bulgularının araştırma yöntemlerine dair bilgisi ve deneyimi olan taraflı kişilerle paylaşılması ve onların fikirlerine başvurulmasıdır (Krefting 1991). Li'ye (2004) göre araştırmacı sürekli benzer çalışmalar yapan profesyonellerle iletişim halinde olmalı ve çalışmasına dair ortaya atılabilecek soruları cevaplamaya çalışmalıdır. Bu sayede onların katkılarıyla çalışma geliştirilebilecek ve problem yaratabilecek hususlar tespit edilebilecektir.

Araştırmacının yorumu da uzman incelemesi gibi dış değerlendirmelere ek olarak araştırmacının kendisinin de araştırmasının ilerleyişini sürekli takip etmesi ve yorumlamasıdır. Araştırmacı bu sayede araştırmasının ve kendisinin ilerleyişini, uyguladığı yöntemlerin işlevselliği üzerine çıkarımlar yapabilir (Shenton 2004). Bu bağlamda, Morse vd. (2002) bazı hataların düzeltilmesi için çok geç olan bir aşamada fark edilmesinden kaçınmak adına araştırmacının çalışmasını sadece tamamlandığında değil, sürecin her aşamasında denetlemesinin gerekliliğinin altını çizmişlerdir.

Bir diğer strateji ise okuyucunun *araştırmacının geçmişi ve deneyimi* hakkında bilgilendirilmesidir. Araştırmacının belirli bir konu üzerinde neden çalıştığı, ne gibi bağlantıları olduğu, kişisel deneyimleri, ne kadar eğitilmiş olduğu gibi araştırmacıya yöneltilebilecek pek çok soruya yanıt verebilmek için araştırmacının raporunda araştırmacı ile ilgili bu gibi bilgilere de yer verilmesi gerekmektedir (Patton 1999). Araştırmacı hakkında bilgi sahibi olan okuyucu araştırmacının araştırmasında nerede durduğu ve bu araştırmayı ne ölçüde yeterlilikle yürüttüğü gibi pek çok konuda fikir sahibi olabilecektir.

Williams ve Morrow (2009), bir araştırmada inandırıcılıktan bahsedebilmek için katılımcıların söyledikleri ile araştırmacının söylenenleri ne şekillerde yorumladığı arasında bir denge olması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu dengeyi sağlamak için gerçekleştirilen *katılımcıların kontrolü* katılımcılardan toplanan verinin onlara geri sunulmasıdır. Bu sayede katılımcılardan elde edilen ek bilgi ve fikirler sayesinde araştırmacı

konuya dair yeni bir kavrayış geliştirebilir ve katılımcıların deneyimini daha bütünlemesine değerlendirebilir (Kornbluh 2015).

İnandırıcılığı sağlamanın bir başka yolu ise *araştırılan olgunun kavramsal çerçevesinin yeterliliği*dir. Araştırmaya temel oluşturacak ve araştırmacıya yol gösterecek kuramsal bir çerçevenin açık bir biçimde oluşturulması gerekmektedir (Miles ve Huberman 1994). Her ne kadar nitel araştırmalarda net bir kavramsal temel oluşturmak bazen başta mümkün olmasa da araştırmacı hâlihazırda yapılmış araştırmalardan yola çıkarak araştırmasının ilgili alanda önemli olduğuna ve alanyazına katkı getireceğine okuyucuyu inandırmalıdır (Yıldırım ve Şimşek 2013).

Son olarak, Williams ve Morrow (2009) *bulguların literatürle kıyaslanmasını*, bir araştırmacının sonuçlarının mevcut yazınla ne kadar ilişkili olduğunun dikkate alınması olarak tanımlarken, Shenton (2004) önceden aynı yerde ya da aynı örnekleme uygulanmış benzer çalışmaların sonuçlarını, elde edilmiş bulguların değerlendirilmesi ve tutarlılığının kontrol edilmesi açısından önemli kaynaklar olarak nitelendirmektedir.

AKTARILABİLİRLİK (TRANSFERABILITY)

Nitel araştırmalarda aktarılabilirlik, araştırma bulgularının bir gruptan diğerine aktarılabilirliği ile doğrudan ilintilidir (Lincoln ve Guba 1985). Nicel araştırmalarda aktarılabilirlik dış geçerlilik ile açıklanmakta, örneklemden elde edilen bulguların evrene genellenebilmesi olarak tanımlanmakta ve bunun sağlanmasında örnekleme tekniğinin önemine dikkat çekilmektedir (Payton 1979). Nicel araştırmalarda araştırmacının sorumluluğu evrene genelleme yapmak iken nitel araştırmalarda araştırmacı elde ettiği sonuçların benzer özellik taşıyan olay ve olgulara aktarılabilirlik değerini ortaya koymalıdır (Erlandson vd. 1993).

Dış geçerliğin sadece nicel araştırmalarda mümkün olduğunu savunan pozitivist görüşe karşın, post-pozitivistler nicel yaklaşımlardan farklı uygulamalarla geçerliğin nitel araştırmalarda da sağlanabildiğini savunmaktadırlar (Maxwell 1992). Benzer şekilde Devers (1999)

nitel araştırmalarda genellenebilirliğin mümkün olduğunu savunarak genelleme kelimesi yerine aktarılabilir kavramını desteklerken, Denscombe (2010) araştırılan her durumun benzersiz olmasına karşın örneklemin daha geniş bir grubu temsil etmekte olduğunu savunmaktadır. Son olarak Guba (1981) nitel araştırmalarda genellenmenin bir dereceye kadar mümkün olduğunu belirtirken, bu genellenmenin ön koşulu olarak genellenen bulgu ve genelleneceği ortama dair çok geniş çaplı ve detaylı bilgiye sahip olmanın gerekliliğini ortaya koymuştur.

Araştırmacı okuyucunun benzer araştırmayı yapabilmesine imkân sağlayacak şekilde alan araştırmasını gerçekleştirdiği bağlamsal durum hakkında yeterli bilgiyi sağlamalıdır (Lincoln ve Guba 1985). Bu nedenle araştırmacının aktarılabilirlik ölçütünü karşılayabilmesi için araştırma raporunda *Kurum/İşletme Sayısı, Katılımcılarla İlgili Kısıtlar, Katılımcı Sayısı, Veri Toplama Yöntemlerinin Uygulanışı, Yöntemin Uygulanma Süresi ve Verinin Toplandığı Zaman Aralığı* hakkında bilgi vermelidir (Shenton 2004). Araştırmacı bulguların ortaya çıktığı koşulların kilit unsurlarını açıklayarak okuyucunun, bulguların diğer durumlara uygulanabilme derecesine karar vermesini mümkün kılmalıdır. Bulguların aktarılabilir olması için koşullar benzer olmalıdır (Devers 1999).

Yukarıda verilen çeşitli açıklamalar ve ortaya konmuş ölçütler göz önüne alındığında genellenebilirlik ifadesinin nitel araştırmalar için de alanyazında ziyadesiyle kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte bu post-pozitivist görüşe nitel çalışmalar için bu çalışmanın yazarları katılmamaktadır. Her ne kadar bu görüşe yazarlar katılmıyor olsa da alanyazındaki kullanımından dolayı çalışma içerisinde genellenebilirliğe yer verilmiş ve alanyazında geçen ölçütler açısından değerlendirmeye dahil edilmiştir.

TUTARLILIK (DEPENDABILITY)

Nitel araştırmalarda güvenirlik ve geçerlik modelinin ölçütlerinden üçüncüsü olan verinin tutarlılığı, araştırmanın aynı katılımcılarla ya da benzer bağlamda tekrar edilmesi durumunda tu-

tarlı sonuçlar ortaya çıkıp çıkmayacağını göstermektedir (Krefting 1991; Charles 1995; Merriam 1995; Berg 2000; Stenbacka 2001; Golafshani 2003; Taylor ve Wallace 2007). Diğer bir deyişle, eğer çalışma aynı içerik, aynı yöntem ve aynı katılımcılar ile tekrarlanırsa ve benzer sonuçlar elde edilirse, bu durum çalışmanın ilk uygulandığında da araştırmacı tarafından sonuçlara etki edilmediğini işaret edeceğinden çalışmanın inandırıcı ve tutarlı olduğu sonucuna varılabilir (Brink 1993; Shenton 2004). Lincoln ve Guba'ya (1985) göre tutarlılık, araştırma sonuçlarını etkileyebilecek tüm faktörler kontrol altında tutulduğunda ve araştırma araştırmacının tarif ettiği gibi tekrarlandığında elde edilen bulguların önceki bulgularla olan benzerlik ya da tutarlılık derecesidir. Lincoln ve Guba (1985) inandırıcılık (*credibility*) ve tutarlılık (*dependability*) arasında yakın bağlar olduğunu vurgulamakta ve tutarlılığın odak grup ve bireysel mülakat gibi *örtüşen yöntemlerin bir arada kullanılması* ile sağlanacağını belirtmektedirler. Guba (1981) örtüşen yöntemleri, birinin zayıf yönlerinin diğeri tarafından telafi edildiği ve bu sayede çalışmanın yönetsel yeterliliğinin artırıldığı, birbirini tamamlayan yöntemler olarak tanımlamaktadır.

Tutarlılığın sağlanması için gerekli olan diğer bir ölçüt ise *çalışma tasarımının detaylıca tanımlanması* ve böylece okuyucunun araştırmacı tarafından izlenen karar aşamalarını takip edebilmesidir (Thomas ve Magilvy 2011). Okuyucuların yöntemleri ve etkinliğini anlayabilmeleri için araştırmacı metinde araştırmanın tasarım, uygulama ve planından bahsetmelidir (Shenton 2004). Araştırmanın yapısının, katılımcılarının ve konusunun detaylı ve kapsamlı şekilde sunulması, okuyucuya araştırmanın unsurlarını kendi deneyimleri ile kıyaslayarak bulguların gerçekçiliğini test etme şansı tanımakta (Creswell ve Miller 2000) ve süreci anlayarak takip etmesine yardımcı olarak okuyucuya aynı zamanda kendisine detay verildiğini hissettirmektedir (Curtin ve Fossey 2007). Daha sonra veri toplama sürecinin işlemsel detayı ile alanda ne yapıldığı ayrıntılı bir şekilde anlatılmalıdır. Son olarak, araştırmacının öz değerlendirmesi ile yürütülen araştırma sürecinin etkinliği sorgulanmalıdır (Shenton 2004).

DOĞRULANABİLİRLİK (CONFIRMABILITY)

Nitel araştırmalardaki doğrulanabilirlik kavramı araştırmacının tarafsız olma kaygısı ile aynı anlamda kullanılmaktadır (Erlandson vd. 1993). Tarafsızlık araştırma bulgularının araştırmacının önyargıları, güdülere, çıkarları veya bakış açısının etkisinde kalmadan sadece katılımcıların verdiği cevaplar ve araştırmanın şartları doğrultusunda elde edilme derecesi olarak tanımlanmaktadır (Guba 1981). Krefting'e (1991) göre, nitel araştırmalarda tarafsızlığın sağlanması için araştırmacı ile katılımcılar arasında uygun bir mesafe olmalı, araştırmacı hem araştırmadan etkilenmeyen hem de araştırmayı etkilemeyen birisi olmalıdır. Araştırmacıların sonuçlarının kendi yargı ve bakış açılarından değil, araştırmalarının bulgularından kaynaklandığına dair doğrudan katılımcılar ve içerik ile ilintili sağlam kanıtlar sunmalıdır (Devers 1999).

Araştırmalarda doğrulanabilirlik ölçütünün karşılanması için uygulanması gereken bazı stratejiler söz konusudur (Shenton 2004). Öncelikle kişisel ya da yönetsel önyargıların sınırlandırılması ve araştırmanın doğrulanabilirliğinin artırılması için uygulanması gereken ilk strateji *çeşitlenmedir* (Decrop 1999). Patton'a (1999) göre tek bir yöntem problemi çözmek için yeterli olmayabilir. Dolayısıyla araştırmada birden fazla veri toplama ya da analiz yöntemi kullanmak araştırmanın güvenilirlik ve geçerliğini artırmaktadır.

İkinci olarak, *araştırmacının inanç ve varsayımlarının belirtilmesi* gerekmektedir. Araştırmanın başında öngörülen sonuçlara bulgularda ulaşıp ulaşılmadığı belirtilmeli ve bulgulardan elde edilen sonucun araştırmacının bakış açısını nasıl değiştirdiği açıklanmalıdır (Guba 1981). Nicel araştırmalardaki yapısal geçerliğe benzer bir şekilde nitel araştırmalarda araştırmacı araştırmayı etkileyen kendi önyargılarını eleştirebilmeli ve yansıtılabilmelidir (Thomas ve Magilvy 2011). Ayrıca araştırmanın başında öngörülen fakat verilerden ulaşılamayan teoriler açıklanmalıdır (Shenton 2004).

Üçüncü olarak, doğrulanabilirlik ölçütünün sağlanabilmesi için *araştırma yöntemlerinin sınırlılıklarının ve bunların potansiyel etkilerinin belirtilmesi* gerekmektedir (Shenton 2004). Bulguların

diğer durumlara ya da katılımcılara genellenebilmesini engelleyen sınırlılıklara özellikle nitel çalışmalarda değinilmesi yerinde olacaktır (Elliott, Fischer ve Rennie 1999). Daha sonra, uygulanan yöntemin diğer veri toplama yöntemleri yerine neden tercih edildiğinin belirtilmesi için *araştırma yöntemlerinin derinlemesine aktarılması* gerekmektedir (Shenton 2004).

Son olarak, uygulanabilecek bir diğer strateji de *diyagram* oluşturulmasıdır. Araştırma süresince alınan kararların ve prosedürlerin şematik olarak gösterilerek izlenen sürecin adım adım takip edilmesine imkân verilmesi araştırmanın doğrulanabilirliğini artırmaktadır (Shenton 2004). Araştırmacının çalışma süresince izlediği yolun işlem şemasını veya aldığı kararların bir özetini doküman halinde sunması okuyucuya kolaylık sağlayacak ve araştırmanın niteliğini artıracaktır (Twycross ve Shields 2005).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan ve nitel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılan çalışmaların, Shenton'ın (2004) derlemiştir olduğu güvenilirlik ve geçerlik modelinin ölçütleri kapsamında, yıllar bazında değerlendirilmesidir. Araştırma kapsamında ele alınan araştırma alanının seçim nedeni, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Türkiye'de kuruluş yılı itibarıyla turizm alanında en eski ve kesintisiz yayın yapan öncü bir dergi olmasından ötürü süreçsel bir incelemeye imkân tanınmasıdır. Çalışmada yer alan araştırmacılar arasında birisinin ilgili dergide editörlük yapması ve diğer yazarların da turizm alanında çalışmalar yapıyor olmaları önemli kıstaslar arasındadır.

Çalışma, turizm alanında nitel araştırma yöntemleri kullanılarak oluşturulmuş akademik çalışmaların yıllar bazında güvenilirlik ve geçerlik kapsamında nasıl bir değişime tabi olduğunu ortaya çıkarabilmek adına önem arz etmektedir. Bu kapsamda Shenton'ın (2004) Guba'dan (1981) esinlenerek oluşturduğu nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlik ölçütleri bu araştırmaya uyarlanmış ve nitel yöntem kullanılarak gerçekleştirilen 31 çalışma tespit edilerek değerlendirme altına alınmıştır. Bu çalışmada bibliyogra-

fi türündeki ve çeviri olan araştırmalar kapsam dışında tutulmuştur. Guba'nın (1981) geliştirdiği "güvenirlik ve geçerlik modeli" çerçevesinde dört temel ölçütün (inandırıcılık, aktarılabirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik) yer alması ile beraber, Shenton (2004) bu dört temel ölçütün altında 27 alt ölçüt oluşturmuştur. Bu doğrultuda inandırıcılık için 14, aktarılabirlik için altı, tutarlılık için iki ve son olarak doğrulanabilirlik için beş alt ölçüt bulunmaktadır.

Bu çalışmada yapılan analizlerde inandırıcılık ölçütü altında yer alan "üstlere bilgi verme" ve "uzman incelemesi" alt maddelerinin birbirine yakın olduğu düşünülmüş ve "uzman incelemesi" başlığı altında birleştirilmiştir. Çalışmada diğer üç temel ölçütün altındaki alt maddeler ise değiştirilmeyerek toplam 26 alt ölçüt temel alınarak değerlendirme yapılmıştır. Oluşturulan değerlendirme formu alanında uzman iki akademisyenin görüşü de alınarak son hâline getirilmiştir. Alt ölçütlerden, hem inandırıcılık hem de doğrulanabilirlik ana ölçütü altında yer almakta olan "çeşitleme", bulgular yorumlanırken sadece inandırıcılık başlığı altında ele alınmıştır.

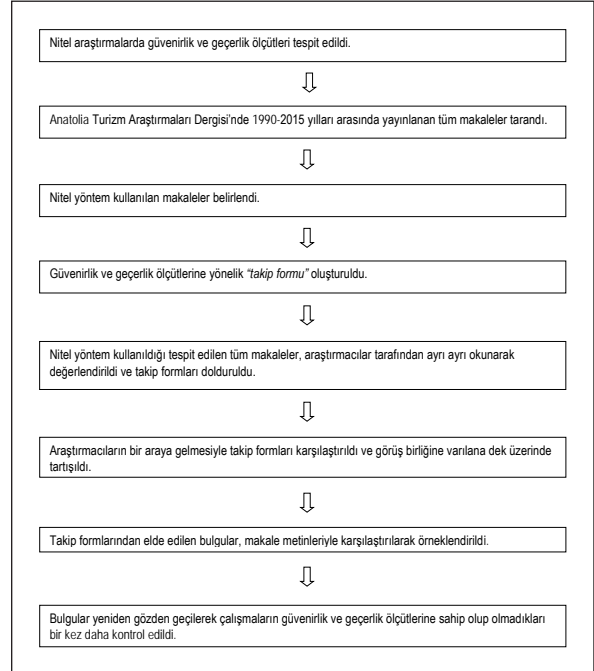
Araştırmada veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesi yapılmıştır. Toplanan veriler ise betimsel analiz ile işlenmiştir. Son olarak, bulgular çalışmalardan örnek alıntılar yapılarak yorumlanmıştır. Doküman incelemesi tek başına bir veri toplama tekniği olarak ele alınabileceği gibi aynı zamanda araştırmanın temel sorunsalı çerçevesinde de araştırmaya dahil edilebilir (Yıldırım ve Şimşek 2013). Araştırma kapsamında kullanılan betimsel analiz ise elde edilen bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunulmasıdır (Büyüköztürk 2007). Bu doğrultuda Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin 1990-2015 yılları arasında yayınlanan tüm sayılarına 30.11.2015 - 05.02.2016 tarihleri arasında derginin resmi internet sitesinden (anatoliajournal.com/atad/ 2016) ulaşılmıştır.

İlk olarak rastgele seçilen iki çalışma deneme amaçlı değerlendirmeye alınmıştır. Bu değerlendirmeler esnasında, kesin olarak kullanılacak alt ölçütlere ve ölçütlerin çalışmalarda nasıl tespit edilebileceğine karar verilmiştir. Çalışmanın her aşamasında ölçütler yeniden gözden geçirilmiş,

ortaya yeni durumlar çıktığında ise tüm çalışmalar geriye dönülerek revize edilmiştir. Tüm çalışmalar yedi araştırmacının katıldığı toplam dokuz adet toplantı sonucunda her bir alt ölçüt üzerinde fikir birliği sağlanana kadar tartışılarak analiz edilmiştir. Çalışmalar analiz edilmeden önce tüm araştırmacılar tarafından okunmuş, ardından analiz sürecinde her bir çalışmaya 40 ila 90 dakika süre ayrılmıştır. Değerlendirme sonucunda alt ölçütler "Var", "Yok" veya "Ölçülemez" şeklinde sınıflandırılmıştır. İçerisinde ilgili ölçütün varlığına dair net açıklama veya kanıt bulunan çalışmalar "Var" olarak, herhangi bir açıklama veya kanıt bulunamayan çalışmalar "Yok" olarak değerlendirilirken, benimsenen veri toplama veya analiz yönteminin doğası gereği ya da örneklemin yapısı gereği ilgili ölçütü zaten karşılama imkânı olmayan çalışmalar ise "Ölçülemez" olarak sınıflandırılarak değerlendirme dışı bırakılmıştır. Araştırma sürecinin aşamaları Şekil 1'de gösterilmektedir.

BULGULAR

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1990-2015 yılları arasında yayınlanan 31 nitel araştırma tespit edilerek 26 ölçüt üzerinden değerlendirildi.



Şekil 1. Araştırma Süreci

Tablo 3. Nitel Çalışmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütlerine Göre Değerlendirilmesi

Temel Ölçütler	Alt Ölçütler	Var n	Yok n	Ölçülemez n	Toplam n
İnandırıcılık	Uygun Yöntem Kullanımı ve Uygulama	22	9	0	31
	Uygulama Alanını Tanıma	5	26	0	31
	Rastlantsal Örneklem Seçimi	25	6	0	31
	Çeşitleme	13	18	0	31
	Katılımcıların Dürüstlüğü	4	22	5	31
	Yinelenen Sorular	0	24	7	31
	Olumsuz Vaka Analizi	1	3	27	31
	Uzman incelemesi	8	23	0	31
	Araştırmacının Yorumu	0	31	0	31
	Araştırmacının Geçmiş ve Deneyimi	1	30	0	31
	Katılımcıların Kontrolü	4	22	5	31
	Araştırılan Olgunun Kavramsal Çerçevesinin Yeterliliği	0	0	31	31
	Bulguların Literatürle Kıyaslanması	15	16	0	31
Aktarılabirlik	Kurum/İşletme Sayısının Belirtilmesi	20	7	4	31
	Katılımcılarla İlgili Kısıtlar	16	15	0	31
	Katılımcı Sayısı	25	6	0	31
	Veri Toplama Yöntemlerinin Uygulanışı	29	2	0	31
	Yöntemin Uygulanma Süresi	9	22	0	31
	Verinin Toplandığı Zaman Aralığı	12	19	0	31
Tutarlılık	Örtüşen Yöntemlerin Kullanılması	8	23	0	31
	Çalışma Tasarımının Detaylıca Tanımlanması	22	9	0	31
Doğrulanabilirlik	Çeşitleme	13	18	0	31
	Araştırmacının İnanç ve Varsayımları	15	16	0	31
	Yöntemin Sınırlılık ve Potansiyel Etkileri	12	19	0	31
	Yöntemin Derinlemesine Aktarılması	16	15	0	31
	Diyafram	1	30	0	31

dirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 3'te sunulmaktadır.

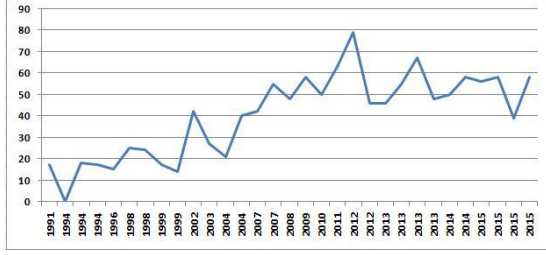
Araştırmada, yıllar bazında incelendiğinde 1990-2006 yılları arasında yayınlanan çalışmalar ile 2007'den sonrakiler arasında güvenirlilik ve geçerlik ölçütlerinin karşılanma düzeyleri açısından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Buna göre 2006'ya kadar yapılan çalışmalarda ölçütlerin karşılanma oranı ortalama %21 olarak ölçülürken, 2007 ile 2015 yılları arasında yapılan nitel çalışmaların ölçütleri karşılanma oranı %54 olarak tespit edilmiştir. Şekil 2'de çalışmaların tarihleri ve bu çalışmada ortaya konulan güvenirlilik ve geçerlik ölçütlerini karşılanma oranı verilmektedir.

İlgili araştırmalar, inandırıcılık ana ölçütü kapsamında 13 alt ölçüt üzerinden değerlendirilmiş-

tir. Değerlendirme sonuçlarına göre, çalışmaların inandırıcılık ölçütü açısından sadece altı tanesinin alt ölçütlerinin %50'sinden fazlasını karşıladığı anlaşılmıştır. Özellikle 1990-2006 yılları arasındaki çalışmalarda güvenirlilik ölçütlerinin %50'sinden fazlasını karşılayan hiçbir çalışma bulunamamıştır.

İlk olarak uygun yöntem kullanımı ve uygulama açısından yapılan değerlendirmede, çalışmaların 22 tanesinde, araştırmacıların kullandıkları yöntemi nasıl kurguladıklarına dair bilgi verdikleri görülmüştür. Özellikle 2004 yılına kadar yapılmış olan 13 çalışmanın dokuzunda araştırmada kullanılan yöntemin nasıl kurgulandığına dair bir bilgiye ulaşılamazken, bu tarihten sonra yapılmış olan tüm çalışmalarda ise bu konuya

Yüzde (%)



Şekil 2. Nitel Çalışmaların Güvenirlik ve Geçerlik Modelinin Ölçütlerini Karşılama Oranının Yıllara Göre Dağılımı

dair bilgilerin yöntem kısmında verildiği görülmektedir. Aşağıda bir örnek verilmektedir:

“Görüşme formunun oluşturulmasında sorular, araştırmanın yazın taramasından ve Tataroğlu'nun (2006: 236-237) görüşme formundan oluşturulmuş ve bağımsız iki akademisyenin görüşleri doğrultusunda son halini almıştır.” (Çalışma 22)

Uygulama alanını tanıma ölçütü açısından yapılan değerlendirmede, çalışmaların 26 tanesinde araştırmacıların uygulama alanını tanıdıklarına dair bir bilgi vermedikleri sonucu ortaya çıkarken, sadece tamamı 2009 yılından sonra yayınlanmış olan beş çalışmada araştırmacıların bu konuda bilgi verdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasında, araştırmacıların çoğunun uygulama alanını tanıyor olmalarının beklenmesine karşın, bunu çalışmalarına yansıtamamış olabileceği ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır. Engelli turistlere yönelik yapılmış bir çalışmada, yazarlar uygulama alanını tanıdıklarını şu ifadeyle çalışmalarında yansıtmıştır:

“Görüşmeler, projenin engelli eğitim uzmanı olan bu çalışmanın ikinci yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir.” (Çalışma 27)

Rastlantısal örneklem seçimi ölçütü açısından yapılan değerlendirmede, çalışmaların 25 tanesinde araştırmacıların uygulama alanına uygun örneklemi nasıl seçtiklerini belirten bilgileri verdikleri saptanmıştır. Çalışmaların altı tanesinde ise araştırmacıların örneklem seçimleriyle ilgili herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır. Aşağıda bir örnek verilmektedir:

“Görüşmecilerin seçiminde herhangi bir yöntem uygulanmamış, Akyaka sokaklarında rastgele rastlanılan kişiler, araştırma hakkında kısaca bilgilendiril-

miş ve onlara araştırmaya katılmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Görüşmeye katılabilmeleri için katılımcılarda, çalışmanın yerel toplum kavramına uygun olarak, tüm yıl Akyaka'da yaşıyor olmaları koşulu aranmıştır.” (Çalışma 14)

Çalışmalar çeşitleme ölçütü açısından incelenirken; yöntemde, alanda, araştırmacıda veya teoride olmak üzere birden çok seçeneğin bir arada kullanılıp kullanılmadığına bakılmıştır. Buna göre 13 çalışmada çeşitleme kullanıldığı tespit edilmiştir. Bir çalışmada yöntemde farklı çeşitlerin nasıl kullanıldığı şu şekilde açıklanmıştır:

“...Bu amaç doğrultusunda araştırmada iki çeşit birincil veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Anket uygulaması “nicel (kantitatif) araştırma yöntemi” olarak sayısal bilgilerin elde edilmesinde kullanılırken; mülakat, katılımcı gözlemleri ve merkezi grup tartışmaları “nitel (kalitatif) araştırma yöntemleri” olarak konuyla ilgili bilgilerin elde edilmesinde kullanılmıştır.” (Çalışma 31)

Bundan başka karşılaşılan diğer bir çeşitleme türü ise uygulama alanında çalışmanın farklı grupları kapsayacak şekilde gerçekleştirilmesidir. Bunu gösteren bir başka çalışmadan alınmış bir örnek şu şekildedir:

“Bulguların farklı kaynaktan alınan veriler ile uyumuna bakılması bakımından araştırma üç grup (yerel halk, işletme sahipleri/yöneticileri, yerel yönetim) üzerinde yürütülmüştür.” (Çalışma 25)

Katılımcıların dürüstlüğü ölçütü açısından yapılan değerlendirmede, çalışmaların 22 tanesinde, araştırmacılar katılımcıların verdikleri cevapların güvenirliliğini sağlamak için aldıkları önlemler hakkında herhangi bir bilgiye yer vermemişlerdir. Sadece dört çalışmada buna yönelik bilgiler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu dört çalışmanın tamamı, 2011 yılından sonra yayınlanmıştır. Araştırmacıların, katılımcıların dürüstlüğü ile ilgili gerekli önlemleri almış olsalar dahi çalışmalarında bunları belirtmeye ihtiyaç duymamış olabilecek olmaları bu sonucun ortaya çıkmasında önemli bir etken olarak görülebilir. Her hâlükârda bu ölçütün kullanılmasının ve çalışmalarda belirtilmesinin öneminin son yıllarda anlaşılmaya başlandığı sonucu görülmektedir. Bu ölçüte yönelik bir uygulama şu sözlerle ifade edilmiştir:

“Görüşmeler katılımcıların uygun gördükleri sa-
atlerde ve çalışma ofislerinde gerçekleştirilmiştir. ...
Görüşmelerin etkin gerçekleştirilebilmesi için fiziki ve
beşeri unsurların araştırmanın amacına uygunluğu
sağlanmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcılara yö-
neltilen sorulara verilecek yanıtların sadece araştırma
amacı ile kullanılacağı ve bu bulgular yorumlanırken
herhangi bir şekilde isim / soy isim / işletme / kurum
adının kullanılmayacağı ifade edilerek görüşmenin
güven içinde gerçekleşmesi amaçlanmıştır.” (Çalışma 22)

İncelenen çalışmaların hiçbirinde araştırmacı-
ların çalışmalarında kullandıkları soruların yie-
nelenerek cevabın teyit edilmesine yönelik bir
uygulama hakkında bilgiye ulaşılamamıştır. Bu-
nunla beraber yinelenen sorular ölçütünün anket
gibi nicel çalışmalarda gerekli ve geçerli bir yön-
tem olmasına karşın, söz gelimi birebir mülakat
yapılan nitel çalışmalarda katılımcıları aptal ye-
rine koyma şeklinde anlaşılacak olumsuz bir so-
nuca sebep olabileceği düşünülmelidir. Ayrıca
zamanı kısıtlı olan katılımcılar sebebiyle araştı-
rmacının soruları yinelemeyi tercih etmemiş ola-
bileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Yedi
adet çalışma ise doğası gereği katılımcının olma-
ması sebebiyle soru sorulmadığından, bu ölçüt
bakımından değerlendirilememiştir.

Olumsuz vaka analizi ölçütünün değerlendir-
mesi yapılırken her çalışma içerisinde karşılaşıla-
cak bir durum olmadığı dikkate alınarak sadece
olumsuz vaka olabilecek durumlarla karşılaştığı-
nı belirten ya da karşılaştığına dair metni içeri-
sinde kanıt bulunan yazarların çalışmaları değer-
lendirilmiş, diğer çalışmalar ise ölçülemez olarak
sınıflandırılmıştır. Bu çerçevede toplam dört ça-
lışmada olumsuz vaka analizine tabi tutulabile-
cek istisnai durumlara rastlanmış ancak bu çalış-
malardan sadece bir tanesinde bu durumun irde-
lendiği görülmüştür. İlgili örnek, şu şekildedir:

“Genel olarak bakıldığında, yavaş şehir markasının
yöre halkı üzerinde genelde ekonomik ve kültürel an-
lamda faydası olduğunu dile getiren katılımcıların
oranı oldukça yüksek çıkmaktadır. Bununla birlikte
iki katılımcı, elde edilen faydadan öte, ortaya çıkan
zararın daha fazla olduğunu düşünmektedir. Bu iki
katılımcının vurgulamak istediği olumsuz durum,
yaşanan gürültü kirliliğidir. Plajda yüksek sesli çalı-

nan müzik, artan trafik ve düzenlenen ücretsiz halk
konserlerinin ortaya çıkardığı gürültü burada etkili
olmaktadır.” (Çalışma 25)

Diğer çalışmalarda ise yazarların karşılaştıkla-
rı, şablonun dışında kalan durumları incelemek
yerine kapsam dışı bıraktıkları görülmüştür.

Uzman incelemesi ölçütü açısından yapılan
değerlendirmede, çalışmaların sekiz tanesinde
araştırmacılar uzman incelemesi yaptıklarını be-
lirtirken, 23 çalışmada ise buna yönelik bir ifade
bulunamamıştır. Öte yandan son iki yılda (2014-
2015) yayınlanmış olan altı çalışmanın tamamın-
da uzman incelemesi yapıldığına dair ifadeler
bulunduğu dikkat çekmektedir. Bu ölçüte yöne-
lik bir çalışmadan alınmış ifade şu şekildedir:

“Görüşme formu geliştirilirken uzman akademis-
yenler ve sektör temsilcileri ile bir araya gelinmiştir.”
(Çalışma 24)

Araştırmacının yorumu ölçütü açısından ya-
pılan değerlendirmede, çalışmaların hiçbirinde
araştırmacıların yaptıkları çalışmayı çeşitli aş-
malarda değerlendirdiklerini gösteren ifadeler
kullandıkları görülmemiştir. Ancak; bir çalışma-
nın araştırmacı tarafından her aşamada değer-
lendirilmesi ve incelenmesinin yazım sürecinin
kaçınılmaz bir aşaması olduğu düşünülebilir.

Araştırmacının geçmişi ve deneyimi ölçütü açı-
sından yapılan değerlendirmede, çalışmaların
sadece bir tanesinde, araştırmacı çalıştığı alan
hakkında deneyimi olduğunu belirtmiştir. 30 ça-
lışmada ise araştırmacıların çalıştıkları alan hak-
kında deneyimleri olup olmadığı konusunda bil-
giye rastlanamamıştır. Bu konu ilgili çalışmada
şöyle ifade edilmektedir:

“Bu seçimde araştırmacıların bölge sınırları içinde
yaşamaları, dolayısıyla yöreyi daha önceden bilmesi, ta-
nınması ve yöre hakkında deneyimlerinin olması etkili
olmuştur. ... Diğer taraftan araştırmacıların durum
çalışması yapılan çiftliklerle, daha önceki deneyimleri-
ne kadar uzanan bir etkileşim süreci söz konusudur.”
(Çalışma 18)

Katılımcıların kontrolü ölçütü açısından yapı-
lan değerlendirmede, çalışmaların dört tanesinde
araştırmacıların yaptıkları uygulamanın son
hâlini yayınlanmadan önce katılımcılara teyit et-
tirdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. 22 çalışmada

ise böyle bir uygulamaya rastlanmamıştır. Bu ölçütte dikkat çeken bir durum ise katılımcı sayısının az ve çalışmanın doğası gereği kimliğinin belli olduğu durumlarda bu ölçütün daha rahat uygulanabildiğidir. Nitekim özellikle rastgele seçilmiş turist veya yerel halk gibi katılımcılarla yapılan çalışmalarda anonimlik prensibi ön plânda olduğu için katılımcının iletişim bilgileri çoğunlukla alınmamaktadır. Bazı çalışmalar, doğası gereği katılımcı olmamasından dolayı bu ölçüt açısından ölçülememiştir. Katılımcı kontrolüne yönelik bir çalışmada geçen bir ifade şöyledir:

“Nihai olarak araştırmaya katılanlardan, araştırmanın bulguları konusunda görüş alınması da güvenilirliği arttırmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmada kendileri ile görüşülen şeflerden altısına tekrar ulaşılmış, araştırma sonucu elde edilen bulgular kendilerine anlatılmış ve görüşleri sorulmuştur. Bu süreç sonunda görüşü alınan şefler araştırma bulgularının kendi düşünme ve deneyimlerini yansıttığını belirtmişlerdir.” (Çalışma 31)

Araştırmacı tarafından araştırılan olgunun kavramsal çerçevesi güvenilirlik ve geçerlik adına yeterli düzeyde sunulmalıdır. Ancak sunulan kavramsal çerçevenin yeterli olup olmadığı her bir okuyucu açısından öznel olarak ayrı ayrı değerlendirilebilir. Bu yüzden araştırılan olgunun kavramsal çerçevesinin yeterliliği ölçütü bu çalışma içerisinde değerlendirmeye alınırken nesnellikten uzaklaşmamak için ‘ölçülemez’ olarak sınıflandırılmıştır.

Bulguların literatürle kıyaslanması ölçütü açısından yapılan değerlendirmede, 15 çalışmada araştırmacıların elde ettikleri sonuçları geçmiş çalışmalarla kıyasladıkları görülürken, çalışmaların 16’sında ise kıyaslamadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Özellikle 1990’lı yıllarda yapılmış olan dokuz nitel çalışmanın hiçbirinde bulguların alanyazınla kıyaslandığına dair bir ifadeye rastlanmamıştır. Bir çalışmadan bu ölçütü ilgili yapılan alıntı şu şekildedir:

“...Shah ve diğerlerinin (2006) görüşü ile benzer şekilde, müşteri merkezli işletmelerin, müşteri sadakati ile uzun dönemli kârlılık sağlayabileceğini belirten bir görüş ise şöyledir...” (Çalışma 19)

Aktarılabirlik ana ölçütü kapsamında altı alt ölçüt yer almaktadır. Bu ölçütler açısından ince-

lendiğinde çalışmaların 24 tanesinin alt ölçütlerin %50’sinden fazlasını karşıladığı saptanmıştır. Araştırmacıların çalışmalarında temel ölçütler açısından en fazla aktarılabirlik ölçütüne çalışmalarında yer verdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, 2007-2015 yılları arasında yayınlanan çalışmaların tamamında söz konusu ölçütlerin %50’sinden fazlasının karşılandığı görülmektedir.

Bu ölçütlerden ilkinde göre, çalışmaların 20 tanesinde araştırmacılar verileri topladıkları kurum veya işletmelerin sayısını belirtirken, yedi çalışmada ise belirtmemişlerdir. Bazı çalışmalar ise araştırmada kurum veya işletme olmadığından “Ölçülemez” olarak sınıflandırılmıştır. Bazı çalışmalarda verilerin toplandığı kurumların kimlik bilgilerinin verildiği de tespit edilmiştir. Çalışmaya katılan kurum sayısının belirtilmesine dair bir örnek şu şekildedir:

“... Türkiye’ye yönelik tur düzenleyen 56 tur operatörünün seyahat rehberinden adresleri alınmıştır. ... tur katalogları istenmiş, bu isteğe 56 tur operatöründen 36’sı (%64) olumlu cevap vermiştir.” (Çalışma 3)

Araştırmacıların 16 çalışmada katılımcılar ile ilgili kısıtları belirtirken, 15’inde ise bunları belirtmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Kısıtların belirtildiği çalışmalardan birinden yapılan ilgili bir alıntı şu şekildedir:

“Burada örneklem seçilirken sahada yaşanan problemler, araştırmanın temel tasarımının esnekleştirilmesine neden olmuştur. İçine girilen çevreye araştırmacı olarak yabancı olunması, katılımcıların çekinmeleri, özellikle Alman turistlerin çalışmaya katılmak istememesi ve bu durumların anket yapılmasını gerekli kılacak sayının düşük olmasına neden olmuş, böylece çalışmada nitel bir analiz biçimi olarak gözetim (survey) tekniği kullanılmıştır.” (Çalışma 17)

Araştırmacılar, 25 çalışmada uygulama alanına konu olan katılımcı/doküman vb. veri kaynaklarının sayısını belirtmişlerdir. Öte yandan altı çalışmada ise bu sayının belirtilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Bir çalışmadan katılımcı sayısının belirtilmesine yönelik alınmış bir ifade şu şekildedir:

“Araştırma, beş yıldızlı konaklama işletmelerinde görevli 10 yabancı genel müdür ve onlara bağlı olarak

çalışan 27 Türk departman müdürleriyle gerçekleştirilmiştir.” (Çalışma 26)

Araştırmacılar 29 çalışmada veri toplama yönteminin nasıl uygulandığına dair bilgiye yer verirken, sadece iki çalışmada bu bilgiye rastlanamamıştır. Bununla ilgili çalışmalardan alınan bir örnek şu şekildedir:

“Bu işletmelerden merkezi İstanbul’da bulunan dördü ile birebir görüşülerek çalışılmıştır. Merkezi Kuşadası’nda bulunan bir işletme ise anket çalışması-na faks yolu ile katılmıştır.” (Çalışma 7)

Araştırmacılar dokuz çalışmada uyguladıkları nitel araştırma yöntemlerinin uygulama süresi hakkında bilgiye yer verirken, 22 çalışmada bu bilgiye yer verilmemiştir. Bununla beraber yöntemin uygulama süresine dair bilgi verildiği tespit edilen dokuz çalışmanın tamamının 2008 yılından sonra yayınlanmış çalışmalar olduğu görülmüştür. Bir örnek ifade şu şekildedir:

“... her bir kişi için ortalama görüşme süresi, 15-60 dakika arasında değişmiştir.” (Çalışma 25)

Araştırmacılar 12 çalışmada verileri topladıkları zaman aralığı hakkında bilgiye yer verirken, 19 çalışmada ise böyle bir bilgiye yer verilmemiştir. Yöntemin uygulama süresi ölçütüne benzer bir şekilde, verinin toplandığı zaman (tarih) aralığı bilgisinin çalışmalarda verilmesi 2008 yılından sonra görülmektedir. Bu tarihten önce yapılmış 15 çalışmanın hiçbirinde zaman aralığı bilgisi yokken, bu tarihten sonra yapılan 16 çalışmanın 12’sinde bu bilginin verildiği dikkat çekmektedir. Bu çalışmaların bir tanesinde verinin toplandığı zaman aralığı kısaca şu şekilde aktarılmıştır:

“Görüşmelere 15.10.2011 tarihinde başlanmış ve 10.01.2012 tarihinde görüşmeler tamamlanmıştır.” (Çalışma 20)

Tutarlılık ölçütü açısından değerlendirildiğinde, sadece iki alt ölçüt bulunmakla beraber 1990-2006 yılları arasında yayınlanmış 13 çalışmanın yedi tanesinde bu alt ölçütlere rastlanamamıştır. 2007-2015 yılları arasında yayınlanan çalışmaların tamamında ise söz konusu alt ölçütlerin en azından birinin karşılandığı görülmektedir.

Bunların içinden örtüşen yöntemlerin kullanılması ölçütü açısından yapılan değerlendirmede, sadece sekiz çalışmada örtüşen yöntemlerin kullanıldığı, 23 çalışmada ise tek yöntem üzerinden

analizlerin yapıldığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bir çalışmada örtüşen yöntemlerin nasıl kullanıldığına dair verilen bir ifade şu şekildedir:

“Alan araştırması kapsamında dizinin çekildiği yer olan Muğla’nın Bozüyük beldesine toplam üç gezi yapıldı ve bu günlerde hem mülakat hem de bazı dizi sahnelerinin çekimine şahit olunarak yerinde gözlem gerçekleştirildi.” (Çalışma 16)

Bir diğer ölçüte göre, 22 çalışmada tasarımın detaylıca tanımlandığı yorumu yapılırken, dokuz çalışmada ise tasarımın detaylı bir şekilde belirtilmediği görüşü ortaya çıkmıştır.

Doğrulanabilirlik ana ölçütü altında dört alt ölçüt bulunmaktadır. Bu ölçütler açısından değerlendirildiğinde ise 1990-2006 yılları arasındaki çalışmaların sadece bir tanesinde alt ölçütlerin %50’sinden fazlasının karşılandığı görülürken, 2007-2015 yılları arasındaki 18 çalışmanın 15’inde alt ölçütlerin %50’sinden fazlasının karşılandığı görülmüştür. Araştırmacıların diğer ölçütlerde olduğu gibi 2007-2015 yılları arasında doğrulanabilirlik ölçütüne de daha fazla önem verdikleri sonucu ortaya çıkmıştır.

Bunlardan ilk ölçüte göre, 15 çalışmada araştırmacının inanç ve varsayımlarına yer verildiği, 16 çalışmada ise bunun verilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırmacının çalışmanın başında kendi görüşünü (inanç ve varsayımını) yansıttığı düşünülen, bir referansa dayandırılmamış bir örnek şu şekilde verilebilir:

“Bu nitel çalışmada engellilerin turizm hizmetleri ile ilgili genel beklentilerinin derinlemesine değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, bu çalışmanın engelli insanların turizm faaliyetlerine katılımı önündeki engellerle mücadele çalışmalarına ve bu alanda yapılacak olan bilimsel nicel araştırmaların alt yapısını oluşturmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.” (Çalışma 29)

Yapılan değerlendirmede, 12 çalışmada araştırma yönteminin sınırlılık ve potansiyel etkilerinin ne olacağına dair bilgilerin yer aldığı görülürken, 19 çalışmada ise buna yönelik bir ifadeye rastlanamamıştır. Bir çalışmadan bu ölçüte yönelik ifade şu şekilde alıntılanmıştır:

“Diğer taraftan bu çalışmada havalimanlarının web sitelerinde yer alan görsel metinler dikkate alınmış ve göstergebilimsel analize tabi tutulmuştur. Oysaki söz

konusu havalimanlarında bulunarak gözlem yapmak ve/veya mekân görsellerine ilişkin veri toplamak ve bu görsel metinler üzerinden analiz yapmak daha uygun bir yol olabilirdi.” (Çalışma 21)

Araştırmacılar 16 çalışmada uyguladıkları nitel araştırma yöntemleri hakkında açıklayıcı bilgiye yer verirken, 15’inde ise buna değinmemişlerdir. 1990’lı yıllarda yapılan çalışmalarda yönetime dair pek bir açıklama görülüyorken, özellikle son üç yılda (2013-2015) yapılan 10 çalışmanın dokuz tanesinde yöntemin açıklanıyor oluşu dikkat çekmektedir. Bu konuda bilgi vermenin yine son dönemlerde üzerinde durulan bir tercih olduğu anlaşılmaktadır. İncelenen çalışmalardan yöntemin nasıl aktarıldığına dair verilebilecek bir örnek şu şekildedir:

“Odak Grup Çalışması, konu ile ilgisi uzmanlık derecesinde olan bir yürütücü kontrolünde ve beyin fırtınası şeklinde tartışmalara da olanak sunan bir açık uçlu soru-cevap düzleminde gerçekleştirilmektedir. Katılımcı sayısı genellikle 6-8 arasındadır (Walle 2001).” (Çalışma 15)

Yapılan çalışmaların sadece bir tanesinde araştırma sürecini detaylıca aktaran bir *diyagramın* kullanıldığı görülmüştür. 30 çalışmada ise bu süreci gösteren bir diyagram veya benzeri bir şekle rastlanamamıştır. İlgili çalışmada yer alan araştırma süreci diyagramı örneği Şekil 3’te gösterilmektedir. Görselin kalitesini yüksek tutmak ve okuyucunun örneği daha rahat inceleyebilmesini sağlamak için doğrudan alıntı yapılmamış, ilgili diyagram aslına uygun olarak yeniden hazırlanmıştır.

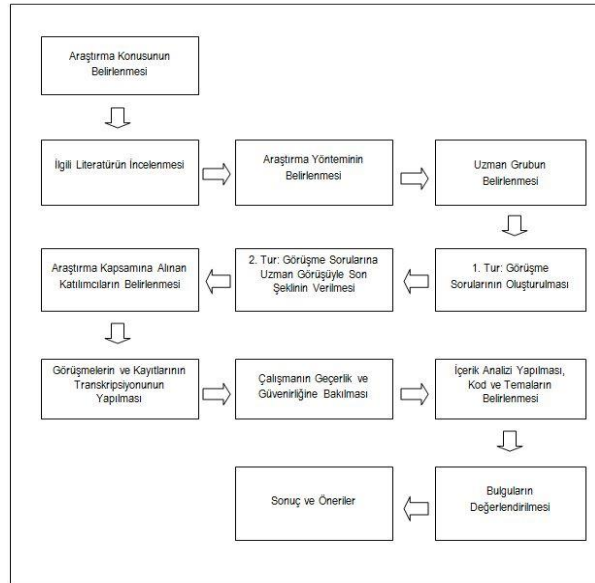
TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan bu çalışmada, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde 1990-2006 yılları arasında yayınlanan çalışmalar ile 2007’den sonrakiler arasında güvenirlilik ve geçerlik modeli ölçütlerinin karşılanma düzeyleri açısından farklılıklar olduğu, 2007 yılından sonra yayınlanan çalışmalarda bu ölçütlerin kullanılma oranının ortalama olarak %21’den %54’a çıktığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın bulguları ışığında, 1990-2006 yılları arasında toplam 13 çalışma, 2007-2015 yılları arasında ise toplam 18 çalışma olduğu tespit edilmiştir. Özellikle 2013-2015 yılları arasındaki

kısa sayılabilecek bir zaman aralığında 10 adet nitel çalışmanın olması dikkat çekicidir. Bununla birlikte 2011-2015 yılları arasındaki bazı çalışmalarda, güvenirlilik ve geçerlik ölçütlerine, ilgili ölçütlerin ne oldukları ve neden kullanıldıkları hakkında açıklamalara yer verilerek, teorik yönden de vurgu yapıldığı saptanmıştır. Yazarlar bu süreçte güvenirlilik ve geçerlik ölçütlerine özen gösterdiklerini bu ölçütleri tanımlayarak, bu ölçütlere yönelik atıflar kullanarak ve bu ölçütleri kendi çalışmalarında nasıl gerçekleştirdiklerini okuyucu ile paylaşarak vurgulamaktadırlar.

Bu çalışmada ele alınmış olan güvenirlilik ve geçerlik ölçütleri Shenton (2004) tarafından özellikle Guba’ya (1981) dayandırılarak oluşturmuş olup nitel araştırmalarda uygulanması ve ifade edilmesi gereken önemli stratejileri içermektedir. Buna karşın 1990-2006 yılları arasında yayınlanan 13 nitel çalışmanın hiçbirinde güvenirlilik ve geçerliği ölçmek için oluşturulan 26 ölçütün %50’sinden fazlasının karşılanmadığı saptanmıştır. 2007-2015 yılları arasında ise incelenen 18 çalışmanın 12’sinin söz konusu ölçütlerin %50’sinden fazlasını karşıladığı görülmektedir. 1990-2006 yılları arasında yayınlanan çalışmaların ortalama olarak 26 ölçütün 5,4 (%21) tanesini karşıladığı görülürken, 2007-2015 yılları arasındaki çalışmalarda ortalama olarak 14 (%54) ölçütün karşılanmakta olması dikkat çekmektedir.



Şekil 3. Araştırma Süreci Diyagramı Örneği (Çalışma 30)

İnandırıcılık ölçütü altında yer alan “uygulama alanını tanıma”, “katılımcıların dürüstlüğü”, “yine-lenen sorular”, “olumsuz vaka analizi”, “uzman in-celemesi”, “araştırmacının yorumu”, “araştırmacı-nın geçmiş ve deneyimi”, “katılımcıların kontrolü”; aktarılabilirlik ölçütü altında “yöntemin uygulanma süresi”; tutarlılık ölçütü altında “örtüşen yöntemle-rin kullanılması” ve doğrulanabilirlik ölçütü kap-samında “diyagram” alt ölçütlerine yönelik ifade sıklığının oldukça az olduğu yapılan inceleme-lerde ortaya çıkmıştır. Özellikle “olumsuz vaka analizi” ölçütü çerçevesinde yapılan değerlendirmede, yazarların bir kısmının çalışmaları esna-sında karşılaştıkları istisnai durumları irdelemek yerine kapsam dışı bırakmış olmaları da dikkat çekici bir bulgudur. Çalışmanın aktarılabilirlik ve doğrulanabilirlik başlıkları altında yer alan alt ölçütlerine 1990-2006 yılları arasındaki çalışma-larda çok nadiren değinilirken, 2007-2015 yılları arasında yapılan araştırmaların neredeyse tama-mında bu ölçütler ile ilgili ayrıntılı bilgiler veril-

diği saptanmıştır. Yapılan değerlendirmede, sa-dece bir çalışmada araştırmacıların elde ettikleri bulgular ile diyagram oluşturdukları, 30 tanesinde ise bunun yapılmadığı görülmüştür.

Yapılan incelemelerde göze çarpan bir diğer husus ise ele alınan çalışmalarda araştırmacıların herhangi bir gömülü kuramı tespit etmeye yönel-memiş olmalarıdır. Buradan çalışmaları yapanla-rın nitel ve nicel araştırmaların temel yapılarını tam olarak anlayıp anlamadıkları veya karıştırdıkları sonucu çıkabilir. Bazı yazarların yöntem seçimlerini açıklarken örneklemin azlığının nicel bir çalışmaya imkân tanımadığı için nitel yö-neldiklerini ifade ettikleri görülmüştür. Oysaki nitel araştırmalara yönelimin sebebi sadece ör-neklemin sınırlı olması değildir. Nitel araştırmalar nicel araştırmaların alternatifleri değildirler, bununla birlikte nicel araştırmalar da nitel araştırmaların alternatifleri değildirler. Her ikisinin kullanım amaçları tamamen alana özgüdür. Nitel araştırmaların genel olarak gömülü kuramı

Tablo 4. Nitel Araştırmalarda Geçerlik ve Güvenirlik Sağlamak İçin Alınması Gereken Önlemler

<i>İnandırıcılık</i>	<i>Aktarılabilirlik</i>	<i>Tutarlılık</i>	<i>Doğrulanabilirlik</i>
Yöntem, araştırmanın niteliğine göre geliştirilmeli ve kurgulanmalı	Varsa uygulama yapılan kurum veya işletme sayısı belirtilmeli	İmkân dâhilinde ise aynı uygulama alanına farklı yöntemler uygulanmalı	İmkân dâhilindeyse üçleme yapılmalı
Uygulama yapılacak alan önceden tanınmalı/araştırılmalı	Varsa katılımcılarla ilgili kısıtlar net bir şekilde belirtilmeli	Çalışmanın tekrarlanabilmesi için süreçler ayrıntılı bir şekilde belirtilmeli	Araştırmacı, araştırma ile ilgili inanç ve varsayımlarını belirtmeli
Uygulama alanı ve/veya katılımcıların seçiminde tarafsız olunmalı	Varsa uygulama yapılan katılımcı veya doküman vs. sayısı belirtilmeli		Kullanılan yöntemin sınırlılıkları ve potansiyel etkileri belirtilmeli
İmkân dâhilindeyse üçleme yapılmalı	Veri toplama yöntemlerinin nasıl uygulandığı belirtilmeli		Kullanılan yöntem teorik olarak açıklanmalı
Katılımcıların dürüstlüğünü sağlamak için önlemler alınmalı	Veri toplama seanslarının ne kadar sürdüğü not edilmeli ve belirtilmeli		Araştırma süreci üzerinden şematik bir model oluşturulmalı
Cevapların doğruluğu sorular tekrarlanarak teyit edilmeli	Uygulamanın hangi tarihte veya tarih aralığında gerçekleştirildiği belirtilmeli		
Süreç içinde ortaya çıkan eksiklikler ve hatalar giderilmeli			
Araştırma sürecinde uzman görüşüne başvurulmalı			
Araştırmanın her aşaması tekrar tekrar gözden geçirilmeli			
Araştırmacının konu ile ilgili geçmişten bir bağı varsa belirtilmeli			
Uygulama aşamasından sonra bulgular katılımcılara teyit ettirilmeli			
Araştırma konusu detaylı bir şekilde verilmeli			
Bulgular alanyazınla kıyaslanmalı			

Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi

Tablo 5. Yazarların Kendi Çalışmalarına Yönelik Değerlendirmesi

İnanılabilirlik	Uygun Yöntem Kullanımı ve Uygulama	Çalışmanın amacı nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlik modeli ölçütlerinin ne derecede kullanıldığının tespit edilmesidir. Bunun için seçilen örnekleme yer alan nitel çalışmalar içerik analizi yöntemine tabi tutularak ölçütlerin tek tek tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede araştırmada amaç ve yöntem tutarlılığı olduğu söylenebilir.
	Uygulama Alanını Tanımak	Çalışma bir doküman analizi niteliğinde olduğu ve örnekleme alanı kişilerin yer almadığı veya gözlem yapılmadığı için bu strateji bu çalışma içerisinde uygulanabilir nitelikte değildir.
	Rastlantısal Örneklem Seçimi	Bu çalışmada yazarlar, çalışmanın yapısı ve amaçları gereği rastlantısal örneklem seçiminden daha verimli olacağını düşündükleri amaçlı örneklem seçimine yönelmişlerdir. Çalışmanın alanı olarak Anadolu Turizm Araştırmaları Dergisi'nin seçilme nedeni turizm alanında en uzun süredir kesintisiz yayın yapan dergi olarak süreçsel bir değerlendirmeye en uygun olan dergi olmasıdır. İncelenen makaleler ise dergide yayınlanan tüm nitel makaleler olduğu için örnekleme yapılmayıp tüm eserler değerlendirilmiştir. Bu çerçevede bu çalışmanın yazarlarının örneklem seçimini belirli ölçütler çerçevesinde ve önyargılardan uzak durarak yaptıkları ifade edilebilmektedir.
	Çeşitleme	Çalışmada araştırmacıda çeşitleme yapılmıştır. İncelenen tüm çalışmalar yedi farklı araştırmacı tarafından öncelikle ayrı ayrı değerlendirilmiş ve notlar alınmıştır. Ardından tüm araştırmacılar bir araya gelerek görüş birliğine varana dek ölçütleri değerlendirmişlerdir. Çalışmada veri kaynağı ve yöntemde çeşitleme yapılmamıştır.
	Katılımcıların Dürüstlüğü	Çalışma bir doküman incelemesi olduğu ve örnekleme alanında katılımcılar yer almadığı için katılımcıların dürüstlüğü ölçütü uygulanabilir nitelikte değildir.
	Yinelenen Sorular	Çalışma bir doküman incelemesi olduğu ve örnekleme alanında katılımcılar yer almadığı için yinelenen sorular ölçütü uygulanabilir nitelikte değildir.
	Olumsuz Vaka Analizi	Çalışmada doküman incelemesi esnasında ortaya çıkan farklı yapılar veya ifadeler, araştırmacıların ölçütlere yönelik algılarını ve ölçütleri değerlendirme yöntemlerini değiştirmiş veya geliştirmiştir. Bu bağlamda araştırmacılar dokümanların değerlendirilmesi sürecinde, gelişen yöntemler ışığında, iki kez geriye dönük olarak ölçütleri yeniden değerlendirmiştir.
	Uzman İncelemesi	Çalışmanın her aşamasında nitel araştırmalar konusunda deneyimli akademisyenlerin görüş ve önerilerinden yararlanılmıştır.
	Araştırmacının Yorumu	Çalışmanın her aşamasında süreçler araştırmacıların tümü tarafından tekrar tekrar gözden geçirilerek ilerlenmiştir. Yapılan toplantılarda bu öz değerlendirmeler esnasında göze çarpan hususlar üzerine tartışılmıştır. Gerekli görülen durumlarda değişiklikler yapılmış ve çalışma güncellenerek devam etmiştir.
	Araştırmacının Geçmiş ve Deneyimi	Araştırmacılar ile ilgili bilgilere yöntem kısmında yer verilmiştir. Ayrıca araştırmacıların birinin örneklemin alındığı dergide editörlük yapmakta olduğu bilgisi araştırma konusuna yakınlık gösterdiği için okuyucuyla paylaşılmıştır.
Aktarılabilmek	Katılımcıların Kontrolü	Çalışma bir doküman incelemesi olduğu ve örnekleme alanında katılımcılar yer almadığı için katılımcıların kontrolü ölçütü uygulanabilir nitelikte değildir.
	Araştırılan Olgunun Kavramsal Çerçevesinin Yeterliliği	Çalışmanın kavramsal çerçevesi oluşturulurken ilgili yazın araştırmacıların tamamı tarafından incelenmiş, nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlik üzerine çalışmalar yapan ve katkı sağlayan bütün önemli isimlere yer verilme çalışılmıştır.
	Bulguların Literatürle Kıyaslanması	Alanyazında buna benzer bir çalışma ile karşılaşılmadığından bulguları kıyaslamak mümkün olmamıştır.
	Kurum İşletme Sayısının Belirlenmesi	Çalışma bir doküman incelemesi olduğu ve örnekleme alanında kurum veya işletmeler yer almadığı için kurum işletme sayısının belirlenmesi ölçütü uygulanabilir nitelikte değildir.
	Katılımcılarla İlgili Kısıtlar	Çalışma bir doküman incelemesi olduğu için bu ölçütte katılımcı yerine doküman seçimiyle ilgili kısıtlar söz konusudur. İlgili kısıtlara yöntem kısmında yer verilmiştir.
	Katılımcı Sayısı	Çalışma bir doküman incelemesi olduğu için bu ölçütte katılımcı yerine doküman sayısına yöntem kısmında yer verilmiştir.
	Veri Toplama Yöntemlerinin Uygulanışı	Çalışmanın yöntem bölümünde veri toplama yöntemlerinin nasıl uygulandığı detaylıca aktarılmıştır.
	Yöntemin Uygulama Süresi	Çalışmanın yöntem bölümünde doküman inceleme ve analiz aşamalarına ayrılan süreler detaylıca belirtilmiştir.
	Verinin Toplandığı Zaman Aralığı	Çalışmanın yöntem bölümünde verilerin toplandığı zaman aralığı aktarılmıştır.
	Tutarlılık	Örtüşen Yöntemlerin Kullanılması
Çalışma Tasarımının Detaylı Tanımlanması		Yöntem kısmında araştırmanın süreçleri ile ilgili detaylıca açıklama yapıp aynı zamanda daha iyi takip edilebilmesi için tablo hâline getirilerek okuyucu ile paylaşılmıştır.
Doğrulanabilirlik	Çeşitleme	Bu ölçüt hem inandırıcılık hem de doğrulanabilirlik temel ölçütleri altında yer almaktadır. Bu ölçütün çalışmada uygulanma durumuyla ilgili bilgi inandırıcılık kısmında verilmiştir.
	Araştırmacının İnanç ve Varsayımları	Alanyazında benzer özellikte bir çalışmaya rastlanmadığından bu alanda önceden elde edilmiş sonuçlar da bulunmamaktadır. Bu sebeple çalışmanın başlangıcında araştırmacıların ne tür bulgular çıkacağına dair güçlü bir fikirlere ulaşılmamıştır. Çalışma keşifsel bir nitelik taşımakta olup içerisinde araştırmacıların çalışmadan çıkacak sonuçlara dair beklentilerine yer verilmemiştir.
	Yöntemin Sınırlılık ve Potansiyel Etkileri	Yöntemin sınırlılıklarına ve potansiyel etkilerine dair bilgilere "çalışmanın sınırlılıkları ve gelecekte yapılabilecek çalışmalara yönelik öneriler" kısmında yer verilmiştir.
	Yöntemin Derinlemesine Aktarılması	Çalışmada seçilen yöntem, yöntemin uygulanışı, süreçleri, sınırlılık ve potansiyel etkileri gibi unsurlara dair detaylı bilgilere yöntem ve sonuç kısımlarında yer verilmiştir.
	Diyagram	Çalışmanın süreçlerine dair anlaşılabilirliği arttırmak için hazırlanmış ve yöntem kısmında yer almakta olan "Araştırma Süreci" isimli şekil bir diyagram örneğidir.

ortaya çıkarmaları (örneklemden bağımsız), nicel araştırmaların ise ortaya konulan bu kuramların (örnekleme bağımlı) genellenmesi ve test edilmesinde kullanılması daha güvenilir ve geçerli sonuçlar verecektir.

ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI VE GELECEKTE YAPILABİLECEK ÇALIŞMALARLA YÖNELİK ÖNERİLER

Bu araştırmada nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlik ölçütleri olarak sadece Shenton'ın (2004) Guba'ya (1981) dayandırarak derlemiş olduğu ölçütlerin baz alınarak çalışmaların analiz edilmesi bu çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Bir diğer sınırlılık ise araştırmada sadece Anadolu Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan nitel çalışmaların incelenmiş olmasıdır. Ortaya çıkan bulguların turizm alanında yayınlanan diğer dergilerdeki nitel çalışmalar ile karşılaştırılarak analiz edilmesi daha sağlıklı sonuçlara ulaşmasını sağlayacaktır. Yöntem açısından bakıldığında ise incelenen makalelerin içerik analizine tabi tutulması üzerinden sonuçlara ulaşmaya çalışılmıştır. Ancak bu çalışmaların yazarlarıyla görüşülmemiş ve çalışmalarında bu ölçütleri ne şekillerde ele aldıkları kendilerinden teyit edilmemiştir. Bu çerçevede bu eksiklik seçilen yöntemin bir kısıtı olarak kabul edilebilir. Bu açıdan da gelecekte yapılacak benzer şekilde kurgulanmış doküman incelemelerinin yazarların da görüşlerinin dâhil edilebileceği yöntemlerle zenginleştirilmesi bu alanda daha derinlemesine ve kapsamlı bulgular elde edilmesine imkân tanıyacaktır. Çalışma ışığında, araştırmacılara gelecekteki nitel çalışmalarda yol göstermek amacıyla Tablo 4'tekine uygun bir kontrol süreci izlemeleri önerilebilir. Buna ek olarak bu çalışmanın yazarlarının kendi çalışmaları üzerine güvenilirlik ve geçerlik modeli ölçütleri çerçevesinde yaptıkları değerlendirmelere, okuyuculara yol gösterebilmek ve yardımcı olabilmek için Tablo 5'te yer verilmiştir.

KAYNAKÇA

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi (2016). Hakem Denetimli Makaleler. <http://www.anatoliajournal.com/atad/?sayfa=amasayfa&lang=tr>, Erişim Tarihi: 30 Kasım 2015-05 Şubat 2016.

- Angen, M. J. (2000). Evaluating Interpretive Inquiry: Reviewing the Validity Debate and Opening the Dialogue, *Qualitative Health Research*, 10: 378-395.
- Berg, B. L. (2000). *Qualitative Research Methods for The Social Science*. Boston, MA: Pearson.
- Brink, H. I. L. (1993). Validity and Reliability in Qualitative Research, *Curationis*, 16 (2): 35-38.
- Büyükoztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Carlson, J. A. (2010). Avoiding Traps in Member Checking, *The Qualitative Report*, 15 (5): 1102-1113.
- Charles, C. M. (1995). *Introduction to Educational Research*. San Diego: Longman.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among the Five Traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. ve Miller, D. L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry, *Theory into Practice*, 39 (3): 124-130.
- Curtin, M. ve Fossey, E. (2007) Appraising the Trustworthiness of Qualitative Studies: Guidelines for Occupational Therapists, *Australian Occupational Therapy Journal*, 54: 88-94.
- Daymon, C. ve Holloway, I. (2003). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Londra: Routledge.
- Decrop, A. (1999). Triangulation in Qualitative Tourism Research, *Tourism Management*, 20: 157-161.
- Denscombe, M. (2010). *The Good Research Guide for Small-Scale Social Research Projects*. Berkshire: Open University Yayınları.
- Devers, K. J. (1999). How Will We Know "Good" Qualitative Research When We See It? Beginning the Dialogue in Health Services Research, *HSR: Health Services Research*, 34 (5): 1153-1188.
- Eisner, E. W. (1991). *The Enlightened Eye: Qualitative Inquiry and the Enhancement of Educational Practice*. New York: Macmillan.
- Elliott, R., Fischer, C. T. ve Rennie, D. L. (1999). Evolving Guidelines for Publication of Qualitative Research Studies in Psychology and Related Fields, *British Journal of Clinical Psychology*, 38: 215-229.
- Erlanson, D. A., Harris, E. L., Skipper, B. L. ve Allen, S. T. (1993). *Doing Naturalistic Inquiry: A Guide to Methods*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Firestone, W. A. (1993). Alternative Arguments for Generalizing from Data as Applied to Qualitative Research, *Educational Researcher*, 22 (4): 16-23.
- Fontana, A. ve Frey, J. H. (2005) Narrative Inquiry. İçinde Norman K. Denzin ve Yvonna S. Lincoln (Editörler) *The Sage Handbook of Qualitative Research*, (ss. 651-679). Londra: Sage Yayınları.
- Golafshani, N. (2003). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research, *The Qualitative Report*, 8 (4): 597-606.

- Guba, E. G. (1981). Criteria for Assessing the Trustworthiness of Naturalistic Inquiries, *Educational Communication and Technology: A Journal of Theory, Research, and Development*, 29 (2): 75- 91.
- Healy, M. ve Perry, C. (2000). Comprehensive Criteria to Judge Validity and Reliability of Qualitative Research within the Realism Paradigm, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 3 (3): 118- 126.
- Hoepfl, M. C. (1997). Choosing Qualitative Research: A Primer for Technology Education Researchers, *Journal of Technology Education*, 9 (1): 47- 63.
- Horsburgh, D. (2003). Evaluation of Qualitative Research, *Journal of Clinical Nursing*, 12 (2): 307-12.
- Kirk, J. ve Miller, M. L. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills: Sage Yayınları.
- Kornbluh, M. (2015). Combatting Challenges to Establishing Trustworthiness in Qualitative Research, *Qualitative Research in Psychology*, 12 (4): 397- 414.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Krefting, L. (1991). Rigor in Qualitative Research: The Assessment of Trustworthiness, *The American Journal of Occupational Therapy*, 45 (3): 214- 222.
- Kvale, S. (1995). The Social Construction of Validity, *Qualitative Inquiry*, 1 (1): 19- 40.
- Li, D. (2004). Trustworthiness of Think-Aloud Protocols in the Study of Translation Process, *International Journal of Applied Linguistics*, 14 (3): 301- 313.
- Lietz, C. A., Langer, C. L. ve Furman, R. (2006). Establishing Trustworthiness in Qualitative Research in Social Work Implications From a Study Regarding Spirituality, *Qualitative Social Work*, 5 (4): 441- 458.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: Sage Yayınları.
- Marvasti, A. B. (2004). *Qualitative Research in Sociology*. Londra: Sage Yayınları.
- Maxwell, J. A. (1992). Understanding and Validity in Qualitative Research, *Harvard Educational Review*, 62 (3): 279-300.
- Merriam, S. (1995). What Can You Tell From An N of 1 ? : Issues of Validity and Reliability in Qualitative Research, *PAACE Journal of Lifelong Learning*, 4: 50- 60.
- Merriam S. B. (2013). *Nitel Araştırma* (Çev. S. Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. C.A: Sage Yayınları.
- Morse, J. M., Barrett, M., Mayan, M., Olson, K. ve Spiers, J. (2002). Verification Strategies for Establishing Reliability and Validity in Qualitative Research, *International Journal of Qualitative Methods*, 1 (2): 13- 22.
- Padgett, D. K. (1998). *Qualitative Methods in Social Work: Challenges and Rewards*. Londra: Sage Yayınları.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis, *Health Services Research*, 34 (5):1189- 1208.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research ve Evaluation Methods*. John Wiley & Sons.
- Payton, O. D. (1979). *Research: The Validation of Clinical Practice*. Philadelphia: F. A. Davis.
- Rapport, F., Clement, C., Doel, M. A. ve Hutchings, H. A. (2015). Qualitative Research and Its Methods in Epilepsy: Contributing to an Understanding of Patients' Lived Experiences of the Disease, *Epilepsy & Behavior*, 45: 94- 100.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research Projects, *Education for Information*, 22: 63-75.
- Sinkovics, R. R., Penz, E. ve Ghauri, P. N. (2008). Enhancing the Trustworthiness of Qualitative Research in International Business, *Management International Review*, 48 (6): 689- 714.
- Stenbacka, C. (2001). Qualitative Research Requires Quality Concepts of Its Own, *Management Decision*, 39 (7): 551- 556.
- Taylor, P. ve Wallace, J. (2007). *Contemporary Qualitative Research: Exemplars for Science, Mathematics and Technology Educators*. Dordrecht, The Netherlands: Springer.
- Thomas, E. ve Magilvy, J. K. (2011). Qualitative Rigor or Research Validity in Qualitative Research, *Journal for Specialists in Pediatric Nursing*, 16: 151- 155.
- Twycross, A. ve Shields, L. (2005). Validity and reliability – What's It All About? Part 3 Issues Relating to Qualitative Studies, *Paediatric Nursing*, 17 (1): 36- 36.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Whittemore, R., Chase, S. K. ve Mandle, C. L. (2001). Validity in Qualitative Research, *Qualitative Health Research*, 11 (4): 522-537.
- Wiersma, W. ve Jurs, S. G. (2005). *Research Methods in Education: An Introduction*. Boston: Pearson Education.
- Williams, E. N. ve Morrow, S. L. (2009). Achieving Trustworthiness in Qualitative Research: A Pan-Paradigmatic Perspective, *Psychotherapy Research*, 19 (4-5): 576- 582.
- Wolcott, H. F. (1990). On Seeking -and Rejecting- Validity in Qualitative Research. İçinde E. W. Eisner ve A. Peshkin (Editörler) *Qualitative Inquiry in Education: The Continuing Debate* (ss. 121-152). New York: Teachers College Yayınları.



Sinan ŞENER

Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden 2012 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından 2015 yılında aldı. Halen 2015 yılında kabul edildiği Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Doktora Programı'nda eğitimine devam etmektedir. Temel çalışma alanları; Destinasyon Pazarlaması ve Tüketici Davranışları'dır.



Volkan BAHÇECİ

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünden mezun oldu (2005). Yüksek lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından (2015) aldı. Doktora eğitimine Dokuz Eylül Üniversitesi'nde devam etmektedir. Askerlik hizmetini tamamladıktan sonra (2006) özel sektörde dış ticaret, satış ve pazarlama alanlarında çalıştı (2007-2012). Dokuz Eylül Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2012). Hâlen Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesinde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları yiyecek-içecek işletmeciliği ile turizm muhasebesi ve finansmandır.



Hümevra DOĞRU

Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği bölümünden 2009 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini 2015 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği dalından aldı ve doktora eğitimine Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği bölümünde devam etmektedir. 2009-2011 yılları arasında turizm sektöründe Metglobal firmasında çevrimiçi pazarlama uzmanı olarak ve 2011-2013 yılları arasında Booking.com firmasında Türkiye Otelleri Koordinatörü olarak çalıştı. 2013 yılından itibaren Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde araştırma görevlisi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; turizm pazarlaması, tüketici davranışları ve elektronik turizmdir.



Zehra Gökçe SEL

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden 2013 yılında fakülte ikincilik derecesiyle mezun oldu. Aynı zamanda Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde pazarlama yan dalı yaptı. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında yapmış olduğu yüksek lisans programından 2015 yılında mezun oldu. Hali hazırda 2015 yılında Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında başlamış olduğu doktora programına devam etmektedir. 2008-2013 yılları arasında yaz aylarında çeşitli turizm işletmelerinde (otel ve havalimanı işletmesi) görev aldı. 2013 yılında yüksek lisans yaparken "Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı" ile Celal Bayar Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'ne araştırma görevlisi olarak atandı. Yine aynı yıl içerisinde geçici görevlendirme yapılması kaydıyla, Dokuz Eylül Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; pazarlama ve etkinlik yönetimidir.



Mehmet ERTAŞ

Çukurova Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Konaklama İşletmeciliği Bölümünden 2011 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği dalından 2014 yılında aldı. Doktora 2015 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde başladı ve halen devam etmektedir. 2012 yılında Pamukkale Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. 2013 yılında 35. Madde ile Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde çalışmaya başladı ve halen Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; Turizm Pazarlaması, Destinasyon Pazarlaması ve Tüketici Davranışları'dır.



Seren SONGÖR

Dokuz Eylöl Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Faköltesi İşletme Bölümü'nden 2009 yılında mezun oldu. Yüksek lisansını, İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lojistik Yönetimi Bölümü'nde 2012-2014 yılları arasında tamamladı. 2011-2015 yılları arasında özel sektörde çeşitli görevlerde çalıştıktan sonra 2015 yılında Dokuz Eylöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği dalında doktora eğitime başlamıştır. Doktora öğrenimini sürdürmektedir. Temel çalışma alanları; Sürdürülebilirlik ve Yiyecek-İçecek İşletmeciliği'dir.



Özkan TÖTÖNCÖ

ukurova Üniversitesi, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan 1988 yılında mezun oldu. Yüksek lisans ve doktora derecesini Dokuz Eylöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından 1998 yılında aldı. Özel sektörde 1988-1989 tarihlerinde, dağcılık ve rafting rehberliği yaptı. 1990-1991 yıllarında TURBAN Gümöldür tesislerinde önbüroda çalıştı. Vatani görevini tamamladıktan sonra 1993 yılında Dokuz Eylöl Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Doçentlik unvanını 2003 yılında Yönetim ve Organizasyon alanında aldı. Dokuz Eylöl Üniversitesi'nde 2010 yılında profesörlüğe yükseltildi. Halen Dokuz Eylöl Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; iş ve yaşam kalitesidir.

Turizmin Yerel Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi: Marmaris Otelcilik Endüstrisi Örneği*

Determination of Local Economic Impacts of Tourism: The Case Of Marmaris Hotel Industry

Mustafa TERZİOğLU*, Ummuhan GÖKOVALI**

*Yrd. Doç.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, 48000, Kötekli, Muğla.
E-posta: mterzioglu@mu.edu.tr

**Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, 48000, Kötekli, Muğla.
E-posta: ummuhan@mu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 25 Nisan 2016
Birinci düzeltme: 18 Mayıs 2016
Kabul: 28 Haziran 2016

Anahtar sözcükler: Turizmde ekonomik bağlantılar, Turizmde ekonomik sızıntılar, Turizmin ekonomik etkileri, Marmaris otelcilik endüstrisi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 25 April 2016
Resubmitted: 18 May 2016
Accepted: 28 June 2016

Key words: Economic linkages in tourism, Economic leakages in tourism, Economic impacts of tourism, Marmaris hotel industry.

ÖZ

Turizm endüstrisi ekonomik büyüme, istihdam yaratma, ödemeler dengesi kısıtlarını kolaylaştırma ve yerli ve yabancı sermayeyi teşvik eden özelliklerden dolayı özellikle gelişmekte olan ülkelerde lokomotif endüstriler arasında yer almaktadır. Ancak turizmin yerel ve ulusal net ekonomik etkilerinin belirlenebilmesi için öncelikle ekonomik sızıntıların tespit edilmesi gerekmektedir. Turizmin yerel ekonomiye yaptığı katkıları ekonomik sızıntıları göz önünde bulundurarak ortaya koyan birçok uluslararası çalışma olmasına rağmen Türkiye'de böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Alanyazındaki bu eksikliği gidermek amacıyla Muğla ilinin Marmaris ilçesinde faaliyet göstermekte olan 4 ve 5 yıldızlı otel ve tatil köylerinin yöneticilerine (52 tesisten 33 tanesi ile) yapılandırılmış anket uygulanmış ve Marmaris otelcilik endüstrisinde ekonomik sızıntılar ve bağlantılar tespit edilmiştir. Alan araştırmasından elde edilen veriler, Keynesyen çarpan yardımı ile otelcilik endüstrisinin gelir, istihdam ve vergi geliri üzerindeki etkileri tahmin etmek için kullanılmıştır. Tahminler turizm endüstrisinin Marmaris ekonomisi için lokomotif sektör olma özelliğini pekiştirici niteliktedir.

ABSTRACT

Tourism industry has been among the leading sectors for especially developing countries due to its contribution to economic growth, creation of employment, easing balance of payment constraints and encouragement of foreign direct investment. However, to assess the net local and nation-wide contribution of tourism sector, it is necessary to lay out the economic leakages. Although there are many international studies which investigated the local economic contribution of tourism sector taking into account the economic leakages, there is no such study for Turkey. To fill this gap, a detailed semi-structured questionnaire is applied to managers of 4 and 5-star hotels and holiday villages (33 out of 52) that are active in the district of Marmaris-Mugla-Turkey and economic leakages and linkages of Marmaris hotel sector has been identified. Data obtained from the field survey is used to estimate economic effects of hotel industry such as creation of employment and tax income and generation of income by hotels through Keynesian multiplier. The estimation results confirm that hotel industry has indeed a leading sector for the Marmaris economy.

GİRİŞ

Turizm gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkeler açısından kalkınma, büyüme, yatırımlar ve istihdam üzerine olan etkileri açısından kalkınmanın ilk aşamasında teşvik edilen endüstriler arasındadır. Bunun yanı sıra turizm, belli

bir bölgenin ve yörenin gelişmesi için de önemli sektörlerden biridir. Turizmin bir yörenin ekonomisine olan katkısı turizmin diğer endüstrilerle olan ileri ve geri bağlantıları yolu ile ortaya koyulabilir. Turizm endüstrisi otel, restoran ve diğer turizm ile ilişkili faaliyetleri yaratmak ve yönetmek için geri bağlantılar yoluyla enerji, telekomünikasyon, çevre, tarım, imalat ve inşaat gibi temel endüstrilerden desteğe ihtiyaç duyar.

* Bu çalışmanın alan araştırması, TÜBİTAK tarafından 112K514 no'lu Araştırma Projesi (1001) kapsamında desteklenmiştir.

Turizm endüstrisinin turistlerin tükettiği diğer ürünlerin sağlayıcısı olan finans, telekomünikasyon, perakende, eğlence, kültürel, güvenlik ve sağlık gibi endüstriler ile de ileri bağlantıları söz konusudur. Güçlü bağlantılar çarpan etkisiyle, ulusal düzeyde turizmin ekonomik faydalarını artırıcı etkide bulunurken, yerel düzeyde de turizmin geliri ve istihdam olanaklarını artırıcı ve yoksulluğu azaltıcı etkilerini çoğaltır (UNCTAD 2010).

Turizmin yerel ekonomi ile bağlantılarını ve yerel ekonomiye yaptığı katkıları inceleyen birçok uluslararası çalışma olmasına rağmen Türkiye’de otel endüstrisinin yerel ekonomi ile olan bağlantılarını, yarattığı ekonomik katkıları ve sızıntıları araştıran ve detaylı bir biçimde ortaya koyan çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada alanyazındaki bu eksikliği gidermek amacıyla Türkiye’nin en önemli turizm merkezlerinden biri olan Muğla ilinin Marmaris ilçesinde faaliyet göstermekte olan ana kütlesini 4 ve 5 yıldızlı otel ve tatil köylerinin oluşturduğu 52 tesisten 33’ünden yüzyüze görüşme ve anket teknikleri yolu ile veri toplanmış ve Marmaris otelcilik endüstrisinin yerel ekonomi ile olan bağlantıları tespit edilmiştir. Bu veriler kullanılarak otelcilik endüstrisinin yarattığı istihdam ile bu sektörde alınan toplam ücretler ve otellerin girdi satın almaları yoluyla yaptığı toplam harcamalar tespit edilmiş ve bunların yeniden harcanması ile yerel ekonomide yaratacağı ekonomik etki çarpan yardımıyla tahmin edilmiştir. Ayrıca otel başına hesaplanan gelir verisi üzerinden toplam net kar ve vergi ödemeleri hesaplanmıştır. Son olarak sektörde oluşan dışsal sızıntının tutarı hesaplanarak elde edilemeyen turizm gelirleri tahmin edilmiştir. Bu hesaplamalar ve tahminler ile Türkiye alanyazında bir boşluk doldurulmuştur.

Çalışmanın ilk bölümünde turizmin ekonomik etkilerinden olan kalkınma, büyüme, yatırımlar ve istihdam ile olan ilişkileri değerlendirilmiştir. Sonraki bölümde ise araştırma kapsamında elde edilen veriler yardımıyla, Marmaris geneli için istihdam, ücret, gelir ve ithalat gibi ana değişkenler açısından otelcilik sektörünün yerel ekonomi ile olan bağlantıları çarpan analizi yöntemi ile tahmin edilmektedir. Sonuç bölümü ise politika önermelerine ayrılmıştır.

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm endüstrisi döviz kazandıran, istihdam yaratan, yerli ve yabancı sermayeyi cezbeden ve ekonomik bağımsızlığı teşvik eden niteliklere sahip olması (Britton 1982) nedeniyle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için genellikle kalkınma stratejisi olarak benimsenmiştir. Ekonomik kalkınma için geleneksel tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye dönüşüm yüksek düzeyde sermaye ve döviz kazancı gerektirmekte ve bu gereksinim gelişmekte olan ülkelerdeki kamu otoritelerinin turizmi ekonomik kalkınma için gerekli olan finansal kaynağı yaratıcı bir araç olarak görmelerine neden olmaktadır (Wall ve Mathieson 2006). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2002) istihdam yaratma potansiyeli, yerel ekonomiye bağlantıları, döviz kazandırması ve çarpan etkisiyle turizm sektörünün ekonomik büyümeye ve kalkınmaya öncülük edebilecek potansiyele sahip olduğunu belirtmektedir. Örneğin, ihracata önemli katkılar sağlayan sektörlerin sıralandığı listede, turizm endüstrisi 150 ülke için ilk beşte yer alırken, 60 ülkede ise ilk sırada yer almaktadır. Bunun yanı sıra turizm, gelişmekte olan ülkelerin üçte birinde ve az gelişmiş ülkelerin yarısında ülkenin ana döviz kaynağını oluşturmaktadır (UNCTAD 2010; UNEP ve UNWTO 2012). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) (2008), dünya turizm ve seyahat faaliyetlerinde 2009 ve 2018 yılları arasında yıllık olarak ortalama %4,4 oranında büyüme kaydedileceğini, 297 milyon istihdam yaratılacağını ve küresel hasılanın %10,5’ini oluşturacağını öngörmektedir.

Turizm yerel ekonomik kalkınma için de önemli bir sektördür. Turizm harcamaları, turizm tesislerinin ve turizmin arz zincirinin yapısına bağlı olarak yerel ekonomiye dahil olur. Eğer bu yapı kuvvetli ve turizm sürdürülebilirlik kazanmış ise turizm kalkınmaya önemli katkılar sağlar. Turizm harcamaları, tarım, el sanatları, ulaşım, su ve çöp arıtımı, enerji ve diğer birçok sektörde doğrudan veya dolaylı talep artışlarına yol açar. Diğer taraftan bir turizm bölgesinde turizm talebine yönelik girdilerin (yatak, çarşaf, örtü, gıda, içecek, makine, teçhizat, iş gücü, tur ve ulaşım hizmetleri vb.) yerel firmalardan karşı-

lanma oranı ne kadar yüksekse, turizm harcamalarının yerel ekonomiye katkısı o kadar yüksek olacaktır. Bunun yanı sıra turizm bölgelerinde, karayolu, su ve enerji kaynakları gibi altyapı yatırımları gereksinimi doğmakta ve bunlar kamu sektörü tarafından sağlanmaktadır. Bu yatırımlar aslında diğer sektörlerin de gelişmesine katkıda bulunurken, yöredeki yaşam kalitesini yükseltmektedir (UNEP ve UNWTO 2012).

Turizmin ekonomik büyümeye olan etkisi ise alanyazında üzerinde çok durulan konulardan biridir. Turizm sektörünün büyümesiyle birlikte, ilişki içinde olduğu tarım ve sanayi gibi birçok sektörde faaliyet gösteren işletmeler, turizm sektörünün talepleri doğrultusunda üretimlerini artırma ve çeşitlendirme yoluna gitmektedir. Bu tür gelişmelerin ve ilişkilerin ışığında, turizmin gelişmesinin ve büyümesinin ekonomik büyümeye genellikle olumlu yönde katkıda bulunduğu görüşü kabul görmektedir (Dritsakis 2012). Turizm gelirlerinin 1970-2012 yılları arasında yaklaşık 60 katına yükseldiği (UNWTO 2013), 2012 yılında turizm endüstrisinin küresel milli gelire doğrudan katkısının %2,9, dolaylı ve uyarılmış etkileri de kapsayan toplam katkısının ise %9,3 olduğu belirtilmektedir (WTTC 2013). Ivanov ve Webster (2013) turizmin ekonomik büyümeye katkısının en yüksek olduğu bölgelerin sırasıyla Afrika, Asya, Latin Amerika ve Karayipler olduğunu belirtmektedir. Eugenio-Martin vd. (2004) ise 21 Latin Amerika ülkesi için yaptıkları çalışmada turizmin ekonomik büyümeye katkısının düşük ve orta gelirli ülkelerde belirgin olduğunu, ancak bu ilişkinin zengin ülke grubunda söz konusu olmadığını belirtmişlerdir.

Turizm aynı zamanda döviz kazandırma potansiyeli nedeniyle ödemeler dengesine olumlu etki yaratabilecek bir sektördür. Vellas ve Becherel (1995) turizmin birçok ülkede ödemeler dengesini istikrarlandırıcı etki yarattığını ileri sürerken Sinclair ve Stabler (1997) aksine, turizmin istikrarsızlığa eğilimli bir sektör olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum turizmin isteğe bağlı tüketim harcamaları arasında yer almasından ve turizmin küresel ekonomik dalgalanmalara duyarlı olmasından kaynaklanmaktadır. Turizm ile ilişkili harcamalar gıda, giyinme ve barınma

vb. gibi zorunlu tüketim harcamalarına nazaran daha fazla isteğe bağlı niteliklidir ve ekonomik daralma dönemlerinde harcamaları ilk azaltılan sektördür.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme süreci ile birlikte turizme destek verilmesi turizm alanında yatırımları arttırmaktadır. Bunlar yol yapımı, elektrik ve su temini gibi altyapı yatırımları olabileceği gibi turizm tesisinin yapılması ve faaliyete geçmesi aşamasında birçok alanda yatırım yapılması şeklinde de olabilir. Turizm sektörü aslında çarpan etkisi yaratarak ülkedeki diğer sektörler de katkı sağlar. Bu sektörler inşaat, ulaşım, tekstil, tarım ve balıkçılık gibi sektörlerdir (Tyrrell ve Jonhston 2001) ve turizm sektörünün gelişmesi ile uyarılan bu sektörlerde de yatırım, istihdam ve gelir artışları meydana gelir.

Turizm sektörü emek yoğun yapısı itibarıyla yüksek istihdam olanakları sağlarken, özellikle düşük ve yarı nitelikli iş gücüne iş bulma fırsatı sunar. Turizm dünyada en yüksek istihdam olanağı sağlayan sektör konumuyla, özellikle kadın ve genç nüfus ve göç eden işçilere istihdam sağlama açısından lider sektörler arasındadır. WTTC'ye (2008) göre turizm sektörü dünya genelinde 220 milyon iş imkânı yaratımıyla %8'lik bir paya sahiptir. Turizm sektöründeki istihdamın yaklaşık %70'i kadınlardan oluşmaktadır, yaklaşık olarak bunun yarısı da 25 yaş ve altı profile sahiptir. Turizm sektörünün 2020 itibarıyla yaklaşık 60 milyon yeni iş olanağı yaratması beklenmektedir (ILO 2008; UNEP 2011; UNEP ve UNWTO 2012).

Turizmin ekonomik büyümeye (Gökovalı 2010; Dritsakis 2012; Othman vd. 2012), yatırımlara (Moore ve Craigwell 2008; Othman vd. 2012), istihdama (Archer ve Fletcher 1996; Aguayo 2011) ve ödemeler dengesine (Shan ve Wilson 2001; Hanafiah ve Harun 2010) olan ekonomik etkileri bir çok teorik ve ampirik araştırmaya konu olurken turizmin vergi gelirlerine ve enflasyona olan etkileri çok fazla araştırılan konular arasında dendir¹. Turizm harcamalarının otomatik olarak

¹ Bu konulardaki daha kapsamlı alanyazın taraması için bakınız Terzioğlu (2014).

ekonomideki toplam harcama düzeyini artırması ve buna paralel olarak vergi gelirlerinin artması beklenmektedir (Rousot 2005). Mathieson ve Wall'a (1982) göre turizm kaynaklı başlıca vergi geliri, doğrudan vergiler ve gümrük vergileri yoluyla elde edilmektedir. Enflasyonist etki ise turistlerin harcamaları yoluyla ortaya çıkmaktadır. Genellikle turistler bir ürünü yerel halktan daha yüksek fiyata satın almaktadır. Akama ve Kieti (2007) ve Sebastian ve Rajagopalan (2009) turizmin arz ve talebinin artmasıyla birlikte gıda ve diğer ürünlerin fiyatlarının yükseldiğini tespit etmiştir. Bir diğer enflasyonist etki ise turizmin gayrimenkul talebini artırarak gayrimenkul fiyatlarını yükseltmesi nedeniyle oluşur (Rousot 2005).

Turizm endüstrisi yüksek sızıntılara sahip olması nedeniyle de eleştirilmekte ve yerel ekonomiye yaptığı katkıların boyutu konusunda ortaya çıkan şüpheler artmaktadır (Bryden 1973; Britton 1982). Ekonomik bağlantılar ile ters yönlü ilişki içinde olan ekonomik sızıntılar bir süreç olarak, turizmin yarattığı döviz kazancının turist alan ülkede kalmayıp, turist yaratan ülkelerin veya diğer yabancı firmaların eline geçmesi ile ortaya çıkar. Birçok gelişmekte olan ülke için ortalama sızıntı oranı %40-50 iken gelişmiş veya daha çeşitlenmiş ekonomiye sahip gelişmekte olan ülkeler için bu oran %10-20 olarak hesaplanmaktadır (UNWTO 2007; UNCTAD 2010).

Birçok araştırmacı sızıntıları üç başlık altında sınıflandırmaktadır: içsel, dışsal ve görünmez sızıntılar (Diaz 2001; Gollub vd. 2003). İçsel sızıntılar, ithal edilmiş mal ve hizmetlere yönelik yapılan harcamaları kapsamaktadır. Bu durum, destinasyon ülkesindeki ulusal firmaların turizm endüstrisi için yeterli kalite veya miktarda mal ve hizmet üretme yeteneği olmaması sonucunda ithalata başvurulması ile ortaya çıkar. Dışsal sızıntılar ise iki farklı yolla ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki, turist harcamasının bir kez de olsa destinasyon ülkesine dahil olduğu, ikincisi ise turist harcamasının hiçbir şekilde destinasyon ülkesine ulaşmadığı durumlardır. İlki yabancı yatırımcıların kar transferleri, yabancı işgücü ücret ödemelerinin transferi ve deniz aşırı pazarlama maliyetleridir (Hemmati ve Koehler 2000;

Page ve Connell 2006; Lejarraga ve Walkenhorst 2007; Sandbrook 2010). İkinci olarak destinasyon ülkesine hiç ulaşmayan harcamalar ise uluslararası havayolları, tur operatörleri, seyahat acenteler, ve zincir otellerden kaynaklanmaktadır (Diaz 2001; Gollub vd. 2003; UNCTAD 2010). Görünmez sızıntılar güvenilir biçimde ve tam olarak ölçülemeyen ancak birikimli etkilere sahip olan kayıplar veya fırsat maliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Bu sızıntıların temelinde uluslararası işlemlerde vergi muafiyeti ve deniz aşırı yatırımlar vb. gibi finansal unsurlar (Diaz 2001; Gollub vd. 2003) ve doğal kaynakların zarar görmesi vb. gibi fiziksel unsurlar bulunmaktadır².

MARMARİS OTELCİLİK SEKTÖRÜNÜN GENEL EKONOMİK ETKİSİNİN TAHMİN EDİLMESİ

Bu bölümde 2013 sonu ve 2014 başlarında Marmaris otelcilik sektöründe yapılan alan araştırmasından elde edilen verilerle Marmaris geneli için otelcilik endüstrisinin ekonomik etkilerini tahmin etmek üzere üç farklı durum ele alınmıştır³. İlkinde veri elde edilen örneklemin araştırma kapsamının (ana kütle) yatak kapasitesinin %79'unu, ikincisinde örneklemin yatak kapasitesinin 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin yatak kapasitesinin %63,7'sini ve üçüncüsünde örneklemin tüm Marmaris yatak kapasitesinin %52'sini oluşturması üzerine Marmaris'in tamamına (%100'üne) tekabül eden değerleri hesaplanmıştır⁴. Böylelikle-

² Alanyazında, turizmde kar transferleri, tur operatörlerinin payı ve işgücü ithalatı gibi faktörlerle beslenen dışsal sızıntıları konu edinen araştırmalardan ziyade, turizmin diğer sektörler ile bağlantılarının boyutu ile ilişkili olan içsel sızıntıları konu edinen araştırmalar çoğunluktadır. Bu çalışmalardan birçoğunda, turizm ile gıda ve tarım sektörleri arasındaki bağlantılar ve sızıntılar (Varley 1978; Belisle 1983; Telfer ve Wall 1996; Momen 1998; Torres 2002) araştırılmışken, az sayıda çalışmada turizmin diğer tüm sektörler ile bağlantıları ve sızıntıları (Kirsten ve Rogerson 2002; Mshenga ve Owour 2009) üzerine yoğunlaşmıştır. Türkiye'de sızıntıların kaynağı ve nedenleri ile ilgili kapsamlı bir çalışma için bakınız Terzioğlu (2014).

³ Araştırma kapsamında 52 tesis (20 tanesi 5 yıldızlı, 27 tanesi 4 yıldızlı, 5 tanesi 4 ve 5 yıldızlı tatil köyü) yer almaktadır. Bu otellerin tümüne ziyaret gerçekleştirilmesine rağmen 33 otel anket ve görüşme sorularının tümüne yanıt vermiştir. Hiçbir tatil köyü ankete katılmamıştır. Anket kapsamı içindeki cevap oranı %63,5 (33/52) olarak gerçekleşmiştir.

⁴ Alan araştırmasında ulaşılan 33 otelin toplam yatak kapasitesi 18.922'dir. Araştırma kapsamındaki 52 otelin toplam yatak ka-

le üç farklı tahmin yapılmıştır. Tablolarda ikinci sütun araştırma bulgularını verirken, üçüncü sütun örneklem otellerine, dördüncü sütun 3, 4 ve 5 yıldızlı otellere ve beşinci sütun Marmaris'in tamamına yönelik tahmin sonuçlarını vermektedir.

Tahminlerden sonuncusunun abartılı sonuçlar verdiği izleyen tablolardan görülebilir. Bunun nedeni, bir ve iki yıldızlı oteller ile apart otellerin dört ve beş yıldızlı oteller ile benzer bir üretim yapısının olmamasından kaynaklanmaktadır. Üç yıldızlı otellerin genel olarak her şey dahil hizmet verdiği düşünülürse, 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller dikkate alınarak yapılan tahminlerin daha gerçekçi sonuçlar verdiği düşünülmektedir. Bu yüzden bu bölümde sadece bu tahminler tartışılmakta, ancak karşılaştırma yapılabilme açısından diğer tahminler de tabloda verilmektedir.

İlk olarak otellerin istihdam yaratma ve bunun sonucunda çarpan etkisi ile ortaya çıkan uyarılmış etkiler tahmin edilmiş, daha sonra ise otellerin satın alma davranışlarının ekonomik etkileri tartışılmıştır. Ardından, otellerin gelir ve giderleri tahmin edilerek yarattıkları katma değer üzerine öngörülere yer verilmiştir. Son olarak sektörde ortaya çıkan dışsal sızıntının boyutu tahmin edilmiştir.

Otel İstihdam ve Ücret Gelirleri Etkisi

Araştırma kapsamında otellerin ortalama çalışan sayıları ile nitelikleri ve aldıkları aylık ortalama ücret verileri elde edilmiştir. Bu verilere göre toplam çalışan sayısı örneklem için 3.808 iken bu değer 3, 4, ve 5 yıldızlı oteller için 5.978 olarak tahmin edilmektedir. Araştırma bulgularına göre

⁴ pasitesi ise 23.948'dir. Marmaris'in yıldızlı oteller, pansiyonlar ve butik otellerle birlikte toplam yatak kapasitesi ise 36.285'tir (MİKTM 2013). Bu otellerden 3 yıldızlı olanlar daha düşük kaliteli hizmet sunsalar da her şey dahil hizmet vermeleri nedeniyle araştırma örneğine benzer bir istihdam yaratma ve satın alma davranışına sahip oldukları varsayılabilir. Diğer oteller (1 ve 2 yıldızlı, apart oteller ve butik oteller) ise ya oda kahvaltı, ya yarım pansiyon ya da sadece oda şeklinde hizmet vermektedirler. Dolayısıyla 4 ve 5 yıldızlı otellere 3 yıldızlı otellerin ilave edilmesiyle geri ekonomik etkileri bakımından Marmaris otelcilik sektörü hakkında genellemeler yapılabilir. 3 yıldızlı oteller ile araştırma ana kütlenin toplam yatak kapasitesi 23.948'den 29.698'e yükselmektedir (MİKTM 2013). Böylece ulaşılabilen otellerin 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin yatak kapasitesi içindeki payı %63,7 olarak hesaplanmaktadır.

yöneticiler aylık ortalama 3.215,5, nitelikli personel 2.031,8 ve niteliksiz personel 983,3 TL almaktadır. Bu verilere göre bu kişilere ödenen toplam ücretin aylık olarak örneklem için 4,99 milyon TL olduğu hesaplanırken, 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller için 7,83 milyon TL olarak tahmin edilmektedir.

Bu yolla elde edilen toplam ücret ödemeleri bir ay boyunca otellerde istihdam edilen personele yönelik yapılan toplam ücret ödemelerini vermektedir. Bu ücret ödemeleri işgücünün aylık toplam gelirini oluşturmaktadır. Bu gelirin tüketime ayrılan kısmı bu kesimin toplam tüketim harcamalarını verecek ve tüketim harcamaları da harcama çarpanı yoluyla ekonomiye dolaylı etkide bulunacaktır. İşçiler elde ettikleri geliri harcadığında ise harcama yoluyla ekonomiye katkı yapacaklardır. Çarpan etkisi denilen bu harcamaların ekonomiye etkisi aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır. Çarpan katsayısının büyüklüğü (kapalı ekonomi varsayımı altında) marjinal tüketim eğilimi (c) ve marjinal vergi oranı (t) tarafından belirlenmektedir.

$$k = \frac{c}{1 - c(1 - t)}$$

Türkiye için yapılan çalışmada marjinal vergi oranının %17 ve marjinal tüketim eğiliminin %70 olduğu hesaplanmıştır (Özker 2001). Otellerde istihdam edilen işgücü üç ana grupta (yönetici, nitelikli ve niteliksiz) değerlendirilmektedir. Bu grupların eğitim düzeyi ve niteliklerine göre ücretleri farklılık gösterdiği gibi gelirlerini tüketme ve tasarruf etme eğilimleri de farklılık göstermektedir. Gelir düzeyi yükseldikçe tüketim eğilimlerinin düştüğü ve tasarruf eğilimlerinin yükseldiği kabul edilebilir. Bu doğrultuda basitleştirici bir genelleme ile niteliksiz, nitelikli ve yönetici personelin marjinal tüketim eğiliminin sırasıyla %80, %70 ve %60 olduğu varsayılmıştır. Dolayısıyla çarpan katsayısı yöneticiler (1,195), nitelikli (1,671) ve niteliksiz personel (2,381) için farklı bulunmaktadır.

Tablo 2'de çalışanların niteliklerine göre, çarpan katsayıları yardımıyla hesaplanan toplam aylık ve yıllık etkilere yer verilmektedir. Aylık yaratılan toplam etkinin örneklem bazında 9,99 milyon TL olduğu görülmektedir. Bu etkinin 3,

Tablo 1. Niteliklerine Göre Çalışan Sayıları ve Aylık Toplam Ücret Ödemeleri

	Çalışan Sayıları			
	Örnekleme otelleri	4 ve 5 yıldızlı oteller	3, 4 ve 5 yıldızlı oteller	Tüm Marmaris otelleri
Yönetici	228	289	358	438
Nitelikli personel	703	890	1.104	1.352
Niteliksiz personel	2.877	3.642	4.516	5.533
Toplam	3.808	4.820	5.978	7.323
	Ücret Ödemeleri (Aylık-TL)			
	Örnekleme otelleri	4 ve 5 yıldızlı oteller	3, 4 ve 5 yıldızlı oteller	Tüm Marmaris otelleri
Yönetici	733.134,00	928.017,72	1.150.916,80	1.409.873,08
Nitelikli personel	1.428.355,40	1.808.044,81	2.242.316,17	2.746.837,31
Niteliksiz personel	2.828.954,10	3.580.954,56	4.441.058,24	5.440.296,35
Toplam	4.990.443,50	6.317.017,09	7.834.291,21	9.597.006,73

4 ve 5 yıldızlı otellerin tümü için 15,6 milyon TL olduğu tahmin edilmektedir. Bu etki yıllık olarak da hesaplanabilir. Araştırma bulgularına göre, yöneticilerin %89,5'i, nitelikli personelin %26,1'i tam zamanlı iken niteliksiz personelin %91,5'i sezonluk olarak istihdam edilmektedir. Ayrıca araştırma bulgularından otellerin çalışma dönemlerinin ortalama altı ayı (Mayıs-Kasım) kapsadığı görülmektedir. Buradan hareketle ücret harcamaları ve bunların sezonluk veya tam zamanlı ağırlıkları dikkate alınarak yarattığı toplam etki hesaplanabilir⁵. Buna göre ücret ödemelerinin yıllık çarpan etkisi örneklem bazında yaklaşık 71,8 milyon TL olarak hesaplanmaktadır. Aynı etkinin 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tümü için 112,8 milyon TL olduğu tahmin edilmektedir. Yani otelcilik sektöründe çalışanlara yapılan ücret ödemeleri çarpan etkisiyle Marmaris ekonomisinde yaklaşık 113 milyon TL harcamaya neden olmaktadır.

Otel Harcama ve İthalat Etkisi

Alan araştırmasında otellerin hizmet üretmek amacıyla satın aldığı yiyecek ve içecek harca-

maları ile bu harcamalardan ortaya çıkan ithalat sızıntısı olup olmadığı sorulmuş ve bazı ürün gruplarında ithal girdi kullanımının olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 3'te otellerin yiyecek ve içecek ürün gruplarına yönelik yaptıkları sezonluk harcama tutarları ve bu ürün gruplarına yönelik ithalat harcamalarına yer verilmektedir. Toplam harcamalar örneklem otelleri için 59,3 milyon TL olarak hesaplanırken, 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tümü için 93,0 milyon TL olarak tahmin edilmektedir. Toplam harcamalar içindeki ithalat harcamaları payının %7,4 olduğu hesaplanmıştır.

Bu harcamalar Marmaris ekonomisi için otelcilik sektörünün yarattığı ilk toplam talep ve toplam harcama olarak kabul edilebilir. Yerel ekonomiye yönelik yapılan harcamalar çarpan mekanizmasıyla ekonomi genelinde önemli miktarda bir etki yaratmaktadır. Uygulamada marjinal vergi oranı (t) %17 ve marjinal tüketim eğilimi (c) %70 olarak kabul edildiğinden, Keynesyen harcama çarpanı⁶ 2,38 olarak hesaplanmaktadır. Çarpan katsayısı ile birlikte toplam etki örneklem bazında 130,7 milyon TL ve 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tümü için (54,9 X 2,38) 205,1 milyon

⁵ Örneğin; nitelikli personel için, çalışanların %26,1'ine 12 ay boyunca (tam zamanlı) ücret ödendiği ve %73,9'una 6 ay boyunca (sezonluk) ücret ödendiği bilindiğinden toplam ücret ödemeleri buna göre hesaplanmıştır

⁶

$$k = \frac{1}{1-c(1-t)} = \frac{1}{1-0,7(1-0,17)} = 2,38$$

Tablo 2. Çalışanların Niteliklerine Göre Ödenen Ücretlerin Toplam Etkileri (Aylık ve Yıllık) (TL)

	Aylık Etkiler			
	Örnekleme otelleri	4 ve 5 yıldızlı oteller	3, 4 ve 5 yıldızlı oteller	Tüm Marmaris otelleri
Yönetici	876.095,13	1.108.981,18	1.375.345,57	1.684.798,33
Nitelikli personel	2.386.781,87	3.021.242,88	3.746.910,32	4.589.965,14
Niteliksiz personel	6.735.739,71	8.526.252,80	10.574.159,67	12.953.345,60
Toplam	9.998.616,72	12.656.476,86	15.696.415,57	19.228.109,07
	Yıllık Etkiler			
	Örnekleme otelleri	4 ve 5 yıldızlı oteller	3, 4 ve 5 yıldızlı oteller	Tüm Marmaris otelleri
Yönetici	9.961.201,63	12.609.115,98	15.637.679,16	19.156.156,98
Nitelikli personel	18.058.391,65	22.858.723,61	28.349.123,48	34.727.676,26
Niteliksiz personel	43.849.665,53	55.505.905,73	68.837.779,48	84.326.279,86
Toplam	71.869.258,81	90.973.745,33	112.824.582,12	138.210.113,09

TL olarak hesaplanmaktadır. Yani otellerin yerel (ulusal) ekonomiden satın aldığı girdilere yapılan harcamalar ekonomide tekrar harcadığından dolayı toplam etki 205,1 milyon TL'dir.

Otel Gelirleri Etkisi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerden hareketle otel gelirlerinin ortalama olarak %93,42'si oda gelirlerinden oluşmaktadır. Otel yöneticilerinden edinilen verilere göre ortalama sezonluk oda fiyatı 277,6 TL'dir. Buna ek olarak, otellerin toplam çalışma gün sayısı, çalışma dönemlerindeki ortalama doluluk oranı ve oda sayıları görüşmeler kapsamında yöneticilerden alınan veriler arasındadır. Bu veriler ile otellerin sezon boyunca elde ettikleri oda gelirleri hesaplanabilir. Bu hesaplama için aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$\sum_{1}^{33} \text{Sezonluk Aktif Oda} \times \text{Fiyat} = Y$$

Sezonluk aktif oda sayısı, toplam çalışma gün sayısı (6 ay: 180 gün), çalışma dönemlerindeki ortalama doluluk oranı (%88,5) ve oda sayıları verileri yardımıyla hesaplanmaktadır. Fiyat ise her bir otelin beyan ettiği oda fiyatıdır. Yukarıdaki hesaplama ile toplam gelir (Y) 504,9 milyon TL ve otel başına ortalama gelir 15,3 milyon TL olmaktadır. Bu değerler sezonluk oda gelirini verirken, otelin toplam gelirlerinin %93,42'sini oluşturmaktadır. Bu bakış açısı ile her bir otelin toplam geliri 16,377 milyon TL olarak tahmin edilmektedir. Diğer taraftan otellerin dayanıksız girdi maliyet tutarları ve toplam maliyetler içinde ürün gruplarının payı da bilindiğinden, otellerin toplam giderleri tahmin edilebilir. Araştırmada otellerin ortalama yiyecek ve içecek giderleri 1,688 milyon TL ve yiyecek ve içecek giderlerinin toplam giderler içindeki payının %31,46 olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle otellerin toplam maliyeti (1,688 / 31,46 X 100) kabaca 5,367 milyon TL olarak hesaplanabilir.

Tablo 3. Otellerin Dayanıksız Ürün Gruplarına Yönelik Yaptığı Harcamalar (TL)

	Örnekleme otelleri	4 ve 5 yıldızlı oteller	3, 4 ve 5 yıldızlı oteller	Tüm Marmaris otelleri
İthalat Harcamaları	4.387.300,00	5.553.544,30	6.887.441,13	8.437.115,38
Yerel Harcamalar	54.912.700,00	69.509.746,84	86.205.180,53	105.601.346,15
Toplam Harcamalar	59.300.000,00	75.063.291,14	93.092.621,66	114.038.461,54

Tablo 4. Otel Başına, Örneklem Otelleri, 4 ve 5 Yıldızlı Oteller ve Tüm Marmaris Otelleri için Gelir, Gider, Kar ve Vergi Tutarları (Bin TL)

	Otel Başına	Örneklem otelleri	4 ve 5 yıldızlı oteller	3, 4 ve 5 yıldızlı oteller	Tüm Marmaris otelleri
Gelirler	16.377	540.462	684.129	848.450	1.039.350
Giderler	5.367	177.116	224.197	278.047	340.607
Muhasebe Kârı	11.010	363.346	459.932	570.402	698.742
Vergi Tutarı	2.202	72.669	91.986	114.080	139.748
Net Kâr	8.808	290.677	367.945	456.322	558.994

Muhasebe karı, toplam gelirden toplam maliyetlerin çıkarılması ile bulunur. Bu değer (16,377 – 5,367) kabaca 11,0 milyon TL'dir. Bu değer üzerinden %20 kurumlar vergisi ödendiği kabul edilirse ödenen vergi tutarı 2,2 milyon TL olmaktadır. Gelir, gider, kar ve vergi tutarları örneklem, 4 ve 5 yıldızlı, 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller ile tüm Marmaris otelleri için hesaplanmış ve Tablo 4'de yer verilmiştir. Otel başına hesaplanan vergi tutarı 2,2 milyon TL iken bu değer 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller için 114,08 milyon TL bulunmuştur. Bu değer Marmaris otelcilik sektörünün devlete sağladığı vergi gelirini oluşturmaktadır. Marmaris otelcilik sektörünün yarattığı vergi gelirinin kamu harcaması olarak ekonomiye ilave olduğu varsayılabilir. Dolayısıyla kamu harcamalarının etkisi çarpan mekanizması yoluyla oldukça yüksek olacaktır.

Otel başına gerçekleşen kar ise 8,8 milyon TL olarak bulunmuştur. Bu değer 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller için toplam 456,3 milyon TL olarak tahmin edilmektedir. Bu tutarın bir kısmı tasarrufa ve kredi faiz ödemelerine ayrılırken, kalanı yenileme yatırımı harcamaları ve tüketim harcamaları olarak ekonomiye dahil olmaktadır. Dolayısıyla net kar üzerinden yine bir harcama yaratılmakta ve bu harcama çarpan etkisiyle toplam gelire önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Otel Hizmet Türü ve Yabancı Sermaye Etkisi

Otellerin hizmet türü incelendiğinde sadece üç otel dışında diğer tüm otellerin her şey dahil, ultra her şey dahil ve tam pansiyon türünde hizmet verdikleri görülmektedir. Turistlerin tüm yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını otelin paket dahilindeki hizmetlerinden karşıladıkları ve yerel piyasa-

dan önemli miktarda yiyecek ve içecek ürünleri satın almadıkları söylenebilir.

Ulaşılabilen otellerin sermaye yapısı incelendiğinde tamamının yerli sermaye yapısına sahip olduğu görülürken, araştırma kapsamında sermaye yapısında yabancı sermaye payı olan otel sayısı Marmaris genelinde sadece birkaç tanedir. Dolayısıyla Marmaris genelinde yabancı sermaye payı olan otel sayısı, yok denecek kadar azdır.

Yabancı sermaye payı tur operatörü sahipliğinde ortaya çıkmaktadır. Müşterilerin rezervasyon yöntemleri incelendiğinde bireysel ve yerinde rezervasyon yönteminden çok yerli/yabancı operatör/acente aracılığıyla rezervasyon yönteminin tercih edildiği görülmektedir. Yabancı tur operatörü/acentesi aracılığıyla rezervasyon yöntemi %76,43'lük pay ile ilk sırada yer almaktadır.

Yöneticiler ile yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere göre müşterilerin paket tatil ödemeleri içinde otelin aldığı pay ortalama olarak %45,46 olarak hesaplanmıştır. Otelin aldığı paydan geriye kalan yaklaşık %55'lik pay, uluslararası ulaşım (hava yolu) ve yerel ulaşım (hava alanı-otel transferi), yabancı tur operatörü kar payı ve incoming acenta (karşılaman) kar payı olmak üzere temelde dört faktörden oluşmaktadır. Turistlerin paket tatil harcamalarından en az pay elde eden paydaşın incoming acenta ve yerel ulaşım olduğu ve paylarının yaklaşık %10 olduğu ifade edilmektedir. TÜİK, yaptığı 'Tur Operatörü Anketi' sonuçlarına göre ulusal turizm gelirlerini hesaplarken, 2012 yılından itibaren Türkiye'ye kalan paket tur oranını %54 olarak tespit etmiştir (TÜİK 2012). Dolayısıyla araştırma kapsamında ulusal sınırlar içinde kaldığı tespit edilen değer (otellerin ve diğer yerel paydaşların toplamı

olan %55,46) TÜİK'in kabul ettiği değer (%54) ile uyumludur. Bu durumda turistlerin paket tatil ödemelerinin ortalama %55'i yerel ekonomiye dahil olurken, kalan %45'i ise dışsal sızıntı olarak çıkış ülkesinde kalmaktadır.

Araştırma bulgularına göre turistlerin paket tatil harcamalarından otele kalan pay (%45) ile yurt dışında kalan pay (%45) birbirine eşittir. Paket tatil harcamalarından otele kalan harcama tutarı (oda geliri) 15,3 milyon TL olarak hesaplandığından yurt dışında kalan harcama tutarı da (dışsal sızıntı) ortalama olarak otel başına bu değere eşittir. Bu veriden hareketle, dışsal sızıntı tutarı örneklem için 504,9 milyon TL olarak hesaplanmakta, 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tümü için (504,9 / 63,7 X 100) 792,6 milyon TL olarak tahmin edilmektedir. Dolayısıyla turist harcamalarının çok önemli bir kısmının ülke ekonomisine hiçbir katkısı olmamakta ve yabancı tur operatörlerinin elinde kalmaktadır.

GENEL DEĞERLENDİRME VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Bu çalışmada Marmaris'te faaliyet göstermekte olan 4 ve 5 yıldızlı otel ve tatil köylerinin geri ekonomik bağlantı ve sızıntıları aracılığı ile yerel/ulusal ekonomiye katkıları çarpan analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bulgular otelcilik endüstrisinin istihdam yaratma kapasitesinin yüksekliğini (yaklaşık 6000 kişi) ve yapılan ücret ödemelerinin çarpan etkisi ile Marmaris ekonomisine önemli katkılar (yaklaşık aylık 16 milyon TL) sağladığını göstermektedir. Ayrıca otelcilik endüstrisinin dayanıksız girdi harcamaları yoluyla yerel ve ulusal ekonomiye önemli katkılar yaptığı ve elde ettiği işletme gelirlerinden önemli bir miktarda kâr elde edilerek devlete önemli miktarlarda vergi ödemesi yapıldığı tespit edilmiştir.

Çalışmanın önemli bulgularından biri otelcilik endüstrisinde temel olarak iki sızıntı kaynağının ortaya çıkmasıdır. Bu sızıntılar Marmaris otelcilik endüstrisinde yabancı tur/acente baskınlığı ve ithal girdi kullanımı yoluyla ortaya çıkmaktadır. Yabancı tur operatörlerinin baskınlığı yoluyla ortaya çıkan sızıntının boyutları (toplam turist harcamalarının %45'i) oldukça büyüktür. Bu sızıntı otelcilik endüstrisinin Marmaris'te yaptığı katkıya eşdeğerdir. Tur operatörlerinin baskınlığını

artırıcı faktörlerin başında ise turistlerin bireysel olarak rezervasyon yapma oranının düşüklüğü gelmektedir. Bireysel rezervasyon yapma sürecinin ise iki ana unsuru söz konusudur. Bunlardan ilki turistlerin oteller ile doğrudan bağlantı kurabilmesi ve ikincisi çıkış ülkesinden varış ülkesine ulaşımın sağlanmasıdır. Mevcut durumda iki unsurda da önemli eksiklikler bulunmaktadır. Tur operatörlerinin baskınlığını azaltmak üzere turistlerin bireysel rezervasyonlarını artırmaya yönelik oluşturulacak politikaların bu konularda önceliklendirilmesi gerekmektedir.

İlk olarak, turistlerin oteller ile doğrudan bağlantıya geçebileceği sanal veya görsel ortamların daha etkin bir şekilde kullanıma sunulması gerekmektedir. Bu aşamada rezervasyon dönemlerinde tatmin edici tanıtımların ve turistlerin endişelerini giderici aydınlatıcı bilgilendirme faaliyetlerinin yapılması ve çıkış ülkelerinde tanıtım ve bilgilendirme amaçlı acente, ofis veya temsilcilik açılması/verilmesi gerekmektedir.

Turistlerin çıkış ülkesinden Türkiye'ye yerel hava yolu şirketlerinin uçuşlarının yabancı tur operatörlerinin uçuşlarına göre hem istenen sıklıkta olmaması hem de fiyat bakımından yüksek olması diğer önemli sorunlardandır. Bu aşamada yabancı tur operatörlerinin sermaye yapılarının çok güçlü olması nedeniyle sahip oldukları bürokratik nüfuz gücü bu operatörlere önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu operatörler kendi ülkelerinden varış ülkelerine (Türkiye'ye) uçuş yapmak isteyen yabancı havayolu şirketlerine bürokratik nüfuz güçlerinin kullanarak bazı engeller oluşturmaktadırlar. Yapılan derinlemesine görüşmelerde yöneticiler, operatörlerin yabancı havayolu şirketlerine çok yüksek havaalanı vergileri uygulanmasını sağlayarak uçuşun maliyetini artırıp, karlılığını düşürdüklerini belirtmişlerdir. Bu aşamada ülkelerarası anlaşmalar yoluyla bu tür engellemelerin önüne geçmek mümkün olabilir. Yerel kamu kurumlarının çıkış ülkesi kamu kurumları ile görüşmeler yapıp yerel havayolu şirketlerinin daha kolay uçuş yapabilmelerine zemin hazırlamaları gerekmektedir.

Rezervasyon sürecinde yabancı tur operatörlerinin aradan çıkarılmadığı durumlarda, operatörlerin paket tatil harcamalarından aldıkları

payı azaltıcı politikalar uygulanabilir. Fiyat belirleme aşamasında bölgedeki otel yönetimlerinin turizm/otel birlikleri şemsiyesi altında ortak fiyat politikası izlemeleri otel yönetimlerine belli bir pazarlık gücü kazandırabilir. Hizmet ve otel sınıfı türlerine göre alt limit fiyatlarının belirlenmesi, ortak fiyat politikasına örnek olarak verilebilir. Oteller arası rekabetin azaltılarak, birlik halinde yabancı tur operatörü ile rekabet edilmesi akla daha yakın gelmektedir. Bu aşamada, otel yöneticilerinin sezonluk ve kişisel hırslarından arınmış olmaları ve geniş bir vizyona sahip olmaları bu sürece olumlu katkı sağlayacaktır. Fiyat pazarlığı sürecinde, yabancı tur operatörlerinin pazarlık gücünü artırıcı en önemli etken yerel tesis ve hizmet kalitesinin yeterli olmamasıdır⁷. Bu nedenle tesise yönelik iyileştirme yatırımlarının yapılması otellerin pazarlık gücünü artıracaktır.

Ekonomik sızıntıya neden olan bir diğer unsur ise ithal girdi kullanımınıdır. İthal girdi kullanımının en fazla olduğu ürünlerin yer aldığı ürün grupları balıklar ve alkollü içeceklerdir. Bu ürün gruplarında her bir sektörün öncü firmaları ile görüşülerek otelcilik sektörünün beklentilerine (fiyat, kalite ve kullanılabilirlik bakımından) uygun ürünler üretilmesi gerekmektedir. Birçok ürün grubunda yerel girdi kullanımı söz konusu olsa da alımların doğrudan üreticilerden değil genellikle araçlar yoluyla (toptancı vb.) yapıldığı tespit edilmiştir. Bunun en temel nedeni olarak özellikle tarımsal üretimde küçük ölçekli aile işletmelerinin piyasada çoğunlukta olmaları gösterilmektedir. Yöneticilerin beyanına göre, düşük sezonda ihtiyaç duyulan tarımsal ürünleri doğrudan üreticiden karşılama imkânı olsa da yüksek sezondaki talep miktarını veya anlık talep artışlarını üreticilerin doğrudan karşılama imkânının olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla, özellikle tarımsal ürün üreticilerinin üretim ölçeklerinin genişletilmesi veya üretici birlikleri oluşturulması yoluyla otellerin girdi talebini kar-

şılacak ölçüğe ulaşmaları gerekmektedir. Bu sayede, oteller girdi teminini doğrudan üreticiden yapabilecek ve üreticinin elde ettiği getirinin payında yükselme sağlanabilecektir.

Yerel ekonomi ile turizm sektörünün bağlantılarını zayıflatan bir diğer unsur her şey dahil hizmet türüdür. Her şey dahil hizmet türünde, turistler neredeyse tüm ihtiyaçlarını paket tatil kapsamında gidermekte ve turistler otel dışına çıkıp yerel esnaftan alışveriş yapma ihtiyacı hissetmemektedirler. Bu da turistlerin yerel ekonomi ile bağlantılarını zayıflatmaktadır. Ayrıca her şey dahil hizmet türü, büyük kitlelere hizmet verdiği için küçük planlama hataları ile büyük kaynak israfına (özellikle yiyecek) neden olabilmektedir. Bununla beraber hizmet verilen kitlenin ve tesislerin büyüklüğü ile doğru orantılı olarak birçok doğal kaynağın (körfez, koy, deniz, orman, içme suyu vb.) tahrip olmasına ve yok olmasına neden olmaktadır. Atık ve çöplerin geri dönüşümünün veya arıtmasının yeterince yapılamaması çevresel olumsuz etkiyi iyice artırmaktadır. Bu gibi nedenlerle her şey dahil hizmet türü teşvik edilmemeli, yerine turistlerin yerel ekonomi ile bağlantılarını artıran yarım pansiyon, oda-kahvaltı gibi hizmet türleri teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aguayo, E. (2011). Impact of Tourism on Employment: An Econometric Model of 50 CEEB Regions, *Regional and Sectoral Economic Studies*, 11 (1): 37-46.
- Akama, J. S. ve Kieti, D. M. (2007). Tourism and Socio-economic Development in Developing Countries: A Case Study of Mombasa Resort in Kenya, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (6): 735-748.
- Archer, B. ve Fletcher, J. (1996). The Economic Impact of Tourism in the Seychelles, *Annals of Tourism Research*, 23 (1): 32-47.
- Belisle, F. J. (1983). Tourism and Food Production in the Caribbean, *Annals of Tourism Research*, 10: 497-513.
- Britton, S. (1982). The Political Economy of Tourism in the Third World, *Annals of Tourism Research*, 9: 331-358.
- Bryden, J. (1973). *Tourism and Development: A Case Study of the Commonwealth Caribbean*. Cambridge: Cambridge Üniversitesi Yayınları.
- Diaz, D., (2001). *Symposium on Tourism Services: The Viability and Sustainability of International Tourism in Developing Countries*. World Trade Organization: Geneva.
- Dritsakis, N. (2012). Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Tourism Economics*, 18 (4): 801-816.

⁷ Yapılan derinlemesine görüşmelerde yöneticiler tur operatörlerinin tesis ve hizmet kalitesini belirlemek amacıyla uzmanlarını tesislere göndererek detaylı bir inceleme yaptıklarını ayrıca tatil bitiminde konaklama yapan turistlere memnuniyet anketi yaptırarak buna göre her bir otelin oda fiyatını belirlediğini beyan etmişlerdir.

- Eugenio-Martin, J. L., Morales, N. M. ve Scarpa, R. (2004). *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach*. FEEM Working Paper No. 26.2004.
- Gollub, J., Hosier, A. ve Woo, G. (2003). *Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages*. UNWTO.
- Gökova, U. (2010). Contribution of Tourism to Economic Growth in Turkey, *Anatolia: International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21 (1): 139-153.
- Hanafiah, M. H. M. ve Harun, M. F. M. (2010). Tourism Demand in Malaysia: A Cross-Sectional Pool Time-Series Analysis, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1 (2): 200-203.
- Hemmati, M. ve Koehler, N. (2000). Financial Leakages in Tourism, *Sustainable Travel and Tourism*, 25-29.
- International Labour Organization (2008). *Guide for Social Dialogue in the Tourism Industry. Sectoral Activities Programme*, Working Paper No: 265, Geneva.
- Ivanov, S. ve Webster, C. (2013). Tourism's Contribution to Economic Growth: A Global Analysis for the First Decade of the Millenium, *Tourism Economics*, 19 (3): 477-508.
- Kirsten, M. ve Rogerson, C. M. (2002). Tourism, Business Linkages and Small Enterprise Development in South Africa, *Development Southern Africa*, 19 (1): 29-59.
- Lejárraga, I. ve Walkenhorst, P. (2007). *Diversification by Deepening Linkages with Tourism*. Dünya Bankası, Washington.
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic Physical and Social Impacts*. ABD: Longman.
- Momsen, J. (1998). Caribbean Tourism and Agriculture: New Linkages in the Global Era. T. Klak (Ed), *Globalization and Neoliberalism: The Caribbean Context*, İngiltere: Rowman & Littleman Yayınları.
- Moore, W. ve Craigwell, R. (2008). Foreign Direct Investment and Tourism in SIDS: Evidence from Panel Causality Tests, *Tourism Analysis*, 13 (4): 427-432.
- Mshenga, P. M. ve Owuor, G. (2009). Opportunities for Micro and Small Scale Busines in the Tourism Sector: The Case of The Kenya Coast, *KCA Journal of Business Management*, 2 (2): 52-68.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (MİKTM) (2013). İstatistikler, Tesisler, İşletme ve Yatırım Belgeli Tesisler Oda Yatak Kapasitesi, <http://www.muğlakulturturizm.gov.tr/TR,73736/isletme-ve-yatirim-belgeli-tesisler-oda-yatak-kapasitesi-.html>, Erişim tarihi: 15.12.2013.
- Othman, R., Salleh, N.H.M. ve Sarmidi, T. (2012). Analysis of Causal Relationship Between Tourism Development, Economic Growth and Foreign Direct Investment: an ARDL Approach, *Journal of Applied Sciences*, 12: 1245-1254.
- Özker, A. N. (2001). Kamu Bütçesi Bileşenlerinde Endojenlik Olgusu ve Milli Gelir Denge İlişkisi, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 40. Seri, İstanbul.
- Page, S. J. ve Connell, J. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*. İkinci Baskı, Londra: Thomson Learning.
- Roussot, E. W. (2005). International Tourism and Economic Development: A South African Perspective (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*), University of South Africa Sosyal Bilimler Yüksek Lisansı, İktisat Anabilim Dalı.
- Sandbrook, C. G. (2010). Putting Leakage in its Place: The Significance of Retained Tourism Revenue in the Local Context in Rural Uganda, *Journal of International Development*, 22 (1): 124-136.
- Sebastian, L. M. ve Rajagopalan, P. (2009). Socio-Cultural Transformation through Tourism: A Comparison of Residents' Perspectives at two Destinations in Kerala, India, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7 (1): 5-21.
- Shan, J. ve Wilson, K. (2001). Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China, *Applied Economic Letters*, 8 (4): 279-283.
- Sinclair, M. T. ve Stabler, M. (1997). *The Economics of Tourism*. Routledge.
- Telfer, D. ve Wall, G. (1996). Linkages between Tourism and Food Production, *Annals of Tourism Research*, 23 (3): 635-653.
- Terzioğlu, M. (2014). Turizm Endüstrisinde Geri Bağlantılar ve Ekonomik Sızıntılar: Marmaris Otelcilik Endüstrisi Örneği (*Basılmamış Doktora Tezi*). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Torres, R. (2002). Toward a Better Understanding of Tourism and Agriculture Linkages in the Yucatan: Tourist Food Consumption and Preferences, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 4 (3): 282-306.
- TÜİK (2012). *Turizm İstatistikleri-2012*. Yayın No: 3931, Ankara.
- Tyrrell, T. ve Johnston, R. (2001). A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourism Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures, *Journal of Travel Research*, 40 (1): 94-100.
- UNCTAD (2010). *The Contribution of Tourism to Trade and Development*. Trade and Development Board, Geneva.
- UNEP (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. Part II: Investing in Energy And Resource Efficiency (Tourism)*.
- UNEP ve UNWTO (2012). *Tourism in the Green Economy-Background Report*. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, Madrid.
- UNWTO (2002). *Tourism and Poverty Alleviation*. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, Madrid.
- UNWTO (2007). International Tourism Evolution in the Least Developed Countries since the Adoption of the Canary Islands Declaration. *Meeting on the Trade and Development Implications of Tourism Services for Developing Countries: UNCTAD XII pre-event*, Geneva.
- UNWTO (2013). *Tourism Highlights 2013 Edition*. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Yayınları, http://dxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf, Erişim tarihi: 15 Şubat 2014.
- Varley, R. C. G. (1978). *Tourism in Fiji: Some Economic and Social Problems*. Bangor Occasional Papers in Economics, Wales Press Üniversitesi.
- Vellas, F. ve Becherel, L. (1995). *International Tourism*. Hampshire: MacMillan.
- Wall, G. ve Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Pearson Prentice Hall.
- WTTC (2008). *Progress and Priorities 2008/09*. Washington, DC.
- WTTC (2013). *Travel and Tourism Economic Impact 2013-Turkey*. http://www.wttc.org/site_medial/uploads/downloads/turkey2013.pdf, 17 Şubat 2014.



Mustafa TERZİOĞLU

Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF İktisat bölümünden mezun oldu (2004). Yüksek lisans derecesini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nden İktisat Anabilim dalından (2008), doktora derecesini de Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nden İktisat Anabilim dalından aldı (2014). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2005). Halen Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İİBF İktisat bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; turizm ekonomisi, sanayi ekonomisi ve mikro ekonomi'dir.



Ummuhan GÖKOVALI

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İktisat bölümünden mezun oldu (1991). Yüksek lisans derecesini Oklahoma Devlet Üniversitesi İktisat Anabilim dalından (Oklahoma State University-Economics) (1996), doktora derecesini de Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nden İktisat Anabilim dalından aldı (2003). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2004). Doçentlik unvanını Uluslararası İktisat ve Gelişme İktisadi alanında aldı (2009). Profesörlüğe Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde yükseltildi (2014). Halen Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İİBF İktisat bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları, Turizm Ekonomisi ve Sağlık Ekonomisi'dir.

Foça Club Med Tatil Köyü: Tarihçesi, Özellikleri ve Türkiye Turizmi için Sonuçları

Foca Club Med: Its History, Characteristics and Consequences for the Turkish Tourism Industry

Metin KOZAK* , Yeşim COŞAR **

*Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi, 35680, Foça, İzmir.

E-posta: metin.kozak@deu.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, 35460, Seferihisar, İzmir.

E-posta: yesim.cosar@deu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 3 Mart 2016

Birinci düzeltme: 9 Haziran 2016

Kabul: 23 Temmuz 2016

Anahtar sözcükler: Club Med Foça, Club Méditerranée, Kamu yatırımları, Özel sektör, Yabancı sermaye, Zincir işletmeler, Turizmin etkileri.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 3 March 2016

Resubmitted: 9 June 2016

Accepted: 23 July 2016

Key words: Club Med Foca, Club Méditerranée, Public sector, Private sector, Foreign capital, Chain hotels, Impacts of tourism.

ÖZ

1950'li yıllardan itibaren Akdeniz ülkelerinde turizm gelişmeye başlar. 1960'lı yıllardan itibaren T.C. Emekli Sandığı ve TC. Turizm Bankası turizm sektörünü geliştirme yönünde hem "yatırımcı" hem "işletmeci" olarak önemli görevler üstlenir. Foça Fransız Tatil Köyü de (Club Méditerranée), yerli yatırımcı ile yabancı işletmeciliğin bir örneğini oluşturur. Bu tesis, Türkiye'de şehir otel işletmeleri dışında orta ya da büyük ölçekli turizm tesislerinin bulunmadığı kıyı bölgelerinde ilk tatil köyü projesiyle ortaya çıkar. Bu çalışma kapsamında da, Club Med Foça Tatil Köyü'nün yatırım süreci, işletmeye açılışı, turizm sektörü açısından taşıdığı özellikler, Foça'nın ekonomik, toplumsal ve fiziksel yapısı üzerindeki etkileri ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Çalışmanın tamamlanmasında basında yer alan haberler, Bakanlık bürokratlarının görüşleri, belirli dönemlerde yerel yönetimlerde ve tesiste görev alanlar ile tesisten yararlanan misafirlerin birebir gözlem ve deneyimlerinden yararlanıldı. Tesisin yerel anlamda Foça ve genel anlamda da Türkiye turizm sektörü için önemli etkilere sahip olduğu görülmektedir.

ABSTRACT

The international tourism industry has begun recording remarkable progress in the Mediterranean countries since the 1950s. Commencing from the 1960s, Emekli Sandığı (Pension Fund) and Turizm Bankası (Tourism Bank), both as investors and entrepreneurs, have taken the responsibility of developing the national tourism industry in Turkey. Club Med Foca (Club Méditerranée) became an example of the cooperation between domestic investors and foreign entrepreneurs. This business emerged as the first case of holiday villages operating on coastal zones where there were no medium or large-scale hospitality businesses in that period of Turkey, except metropolitan cities. This study aims to investigate the investment periods of Club Med Foca and its opening into the business, characteristics from the tourism industry perspective, and major impacts on the economic, social and physical structure of Foca, as a small fishery town. In completing the study, data were collected through news on local media, opinions of bureaucrats affiliated with the Ministry of Tourism, employees worked and guests stayed at Club Med Foca. The conclusions provide the summary that Club Med Foca has had significant consequences both at local and national levels.

GİRİŞ

Son bir yüzyıllık dönem, dünyanın ekonomik ve toplumsal yapısında oldukça ciddi değişimleri hızlı bir şekilde oluşturan ve belirli aralıklarla değişimi ve dönüşümü de gerçekleştiren bir kesit olarak ele alınmaktadır. Kapitalizm sonucunda küreselleşme olgusu kendisini göstererek uluslararası ekonomideki sınırlar kaldırılır, kitlesel üretim ve buna bağlı olarak kitlesel tüketim de kendini gösterir. Üretim araçlarının özelleştirilmesi gibi neo-liberal ekonomi politikaları dün-

yanın siyasi haritasını değiştirir, bu kapsamda da özel sektörün teşvik edilmesi bir devlet politikası haline alır (Fletcher 2011). Post-Fordizm uygulamaları sonucunda, mekanik ve dijital teknolojide önemli bir gelişme gözlenir, firmalar ve hatta ülkeler belirli ürün gruplarının sunumunda uzmanlaşarak özellikli bir hale gelir. Bu gelişme ise, ürün çeşitliliğine yol açarak talep tarafında ürün farklılaştırması ve pazar bölümlendirmesi bağlamında kitlesel ya da lüks tüketim gibi farklı kavramların da kendini göstermesine neden olur. Kapitalizm bağlamında neo-liberal ve post-

Fordist üretim politikalarının en yoğun hissedildiği dönem, hiç kuşkusuz, Asya ülkelerinin de dünya ekonomisinde söz sahibi olmaya başlamaları ile birlikte rekabetin sertleştiği ve turizm sektöründe ütopyalaşmanın yoğunlaştığı 21. yüzyılın başlangıcıdır (Simpson 2016).

Bu kapsamda, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında bir yandan arz tarafından görülen yeniden sanayileşme çabaları diğer yandan havayolu taşımacılığındaki hızlı ilerlemeler diğer yandan ücretli tatiller ve eğitim düzeyinin artması gibi talep tarafından görülen gelişmeler, 1950'li yıllardan başlayarak turizm sektörünün de önemsenmesine yol açar (MacCannell 1999; Honey 2008; Fletcher 2011). Gelişmiş Kuzey Avrupa ülkeleri, vatandaşlarına ve çalışanlarına tatil olanakları yaratabilmek için de Akdeniz ülkelerini tatil merkezi olarak hedefledikleri görülür. Kamunun turizm sektöründeki payı sadece yatırım olarak yer almaz, aksine halkın ve çalışanların da tatil gereksinimlerinin karşılanması için teşvik edilmeleri zorunluğu kendisini gösterir. Bu tür uygulamaların sıklıkla görülmeye başladığı 1960'lı yıllarda, Türkiye'de de turizm sektörünün gelişmesinde iki kamu kurumunun önemli görevler üstlenmesine tanık olunur: T.C. Emekli Sandığı ve T.C. Turizm Bankası. Birincisi, daha çok sahip olduğu mülkleri yerli ya da yabancı firmalara kiraya vererek "yatırımcı" olarak dikkat çekerken; ikincisi ise, hem yatırımcı hem de işletmeci olarak önemli katkıda bulunur. T.C. Turizm Bankası'na ait tesislerin büyük bir bölümü özelleştirilir, banka kapatılarak varlıkları devredilir. Ancak T.C. Emekli Sandığı'nın sahip olduğu varlıklar hala aktif olup, faaliyetlerine devam etmektedir.

Üretimde özel sektör girişimini savunan neo-liberal politikaların Türkiye'de uygulanması 1950'li yıllarda başlamakla birlikte, 1960'lı yıllarda artarak devam eder ama asıl ivme kazandığı dönem 1980'li yıllar olarak tarihe geçer. Foça Fransız Tatil Köyü de (Club Méditerranée), yerli yatırımcı ile yabancı işletmeciliğin bir örneği olarak kendisini gösterir. Bu tesis, Türkiye'de şehir otel işletmeleri dışında orta ya da büyük ölçekli turizm tesislerinin bulunmadığı kıyı bölgelerimizde, belki de bir başlangıç amacıyla, ilk tatil

köyü projesiyle ortaya çıkar. 1960'lı yıllar, turizm sektöründe özellikle yatırım konusunda profesyonelleşme çabalarının başladığı bir döneme işaret eder. 1963 yılında T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulur, planlı döneme geçilerek turizm sektörüne de yer verilmeye başlanır. Daha çok kültür ve doğa turlarını talep eden "maceracı" ya da "keşfedici" turist tiplerinin egemen olduğu bu dönemde, tesislerin niteliği de daha çok temel gereksinimlerin giderilmesine dönüktür.

T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kurulması ile birlikte, Türkiye'de turizm sektörünün Devlet eliyle geliştirilmesi konusunda da bazı politikalar belirlenerek çalışmalara başlanır. Beş yıllık kalkınma planlarında da yer almaya başlayan turizm sektörünün geliştirilmesi politikasının yaşama geçirilmesi için kıyı bölgelerdeki küçük tesislerin yanı sıra, ortak ve büyük ölçekli tesislerin de inşa edilmesine öncelik verilir. Böylelikle zengin Avrupalı turistlerin Türkiye'ye çekilmesi hedeflenir. Bu kapsamda, bir Fransız şirketi olan Club Med, Foça, Kemer ve Kuşadası gibi önemli turizm yörelerinde tatil köyü açma kararı alır. Bu çalışma kapsamında da, Club Med Foça Tatil Köyü'nün yatırım süreci, işletmeye açılışı, Türkiye turizm sektörü açısından taşıdığı özellikler, Foça'nın ekonomik, toplumsal ve fiziksel yapısı üzerindeki etkileri ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Çalışmanın tamamlanmasında basında yer alan haberler, Bakanlık bürokratlarının yapmış olduğu açıklamalar, belirli dönemlerde yerel yönetimlerde ve tesiste görev alanlar ile tesislerden yararlanan misafirlerin birebir gözlem ve deneyimlerinden yararlanılmaktadır.

KAMU YATIRIMLARI VE TURİZM

Burkart ve Medlik, 1974 yılında yazdıkları şehir kitaplarında, iki dünya savaşı arasındaki dönemde Devletlerin turizm sektörüne önem vermeye başladıklarını dile getirir. Bunun gerekçesi ise, yoksullaşan ülke ekonomilerinin canlandırılması ve ödemeler dengesi gibi konular nedeniyle, hizmetler sektörü içinde turizmin ortaya çıkaracağı ekonomik etkilere vurgu yapılmasıdır. İkinci Dünya Savaşı'nın izleyen dönemlerde ise, turizm sektörüne verilen önem daha da artar. Birçok Avrupa ülkesi, Kuzey Amerika pa-

zarını çekebilmek için tanıtım faaliyetlerine başlar. Örneğin; İngiltere, Britanya Seyahat ve Tatil Derneği'ni (günümüzdeki adı Britanya Turizm Ofisi) kurar; sonrasında da Turizmin Geliştirilmesi Yasası'nı çıkarır (1969). Bu yasa ile bir yandan yurtdışı tanıtımlarına ağırlık verilirken; diğer yandan da mevcut tesislerin yenilenmesi ve yenilerinin yapılması konusunda da kredi ve teşvik düzenlemesi yapılır.

Dünyadaki benzer gelişmelere paralel olarak, Türkiye'de turizm sektörü deyince, ilk akla gelen yine kamu yatırımlarının öncülüğü olur. İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünyada özel bir ilgi görmeye başlayan turizm yatırımları ve bunun sonucunda üniversiteler düzeyinde kendisini gösteren eğitim ve araştırma konusu gelir. Gerek yüksek maliyet gerekse talebin belirsizliği nedeniyle o dönem, yapılan yatırımın geri dönmesi uzun yılları gerektirir Bu kapsamda T.C. Emekli Sandığı, T.C. Turizm Bankası ve Vakıflar Bankası gibi kamu kurum ve kuruluşları turizmde yatırımlara başlar, tamamladıkları tesisleri de ulusal ya da uluslararası zincirlere kiraya verirler. 1955 yılında hizmete açılan İstanbul Hilton, sonrasında İstanbul Tarabya Oteli, İstanbul Maçka Oteli, İzmir Büyük Efes Oteli, Club Med Foça ve Kuşadası, T.C. Emekli Sandığı'na ait şehir otelleridir. Sapanca Vakıflar Oteli, Vakıflar Bankası'na aittir. İzmir Çeşme Büyük Oteli de, T.C. Turizm Bankası tarafından tamamlanır. Ulusal turizm sektörü için öncü rolü üstlenen ve eğitim anlamında birçok yöneticinin yetişmesine aracılık eden bu tesislerin birçoğunun mülkiyet ya da işletme hakkının, kamunun yatırımlardan çekilmesi ile birlikte, günümüzde özel sektöre devredildiği de bilinmektedir. MOKAMP, TUSAN ve TURBAN gibi zincir tesislerin de dönemin turizm sektörünün gelişiminde etkili olduğunu belirtmekte yarar görülmektedir.

ZİNCİR KONAKLAMA TESİSLERİ: MİSYONU VE GELİŞİMİ

Uluslararası ölçekte konaklama tesislerinin ilk ortaya çıkışı, E.M. Statler'in öncülüğü ile Amerika Birleşik Devletleri olur (1908). Sonraki dönemlerde, Conrad Hilton (Hilton Worldwide), Ernest Henderson ve Robert Moore (Sheraton),

faaliyetlerini uluslararası ölçüğe taşıyan ve grup otel konseptinin gelişmesini sağlayan zincir işletmelerdir (Gee 2008). Finans riski azaltmak amacıyla, 1960'lı yıllarda zincir otel işletmeleri, daha çok gelişmiş ülkelerin büyük şehirlerinde kurulmaya başlanır. Kitle turizminin ve havayolları ulaşımının gelişmesi ile birlikte, gelişmekte olan ülkelerde de zincir işletmelerin kurulduğu görülür (Gee 2008). Bu kapsamda, Türkiye'de ilk tesisini açan işletme ise İstanbul Hilton olur (1955). Bunu Club Med izler (1966). Tablo 1 üzerinde de görüleceği üzere, 1980'li yıllarla birlikte, kıyı ve şehir otelciliğinde faaliyet göstermek amacıyla, yatırım yapan uluslararası zincir sayısı ciddi artış gösterir (Resort Dergisi 2015).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünyada turizm sektörünün gelişmeye başlaması ile birlikte, özellikle Amerika Birleşik Devletleri konaklama sektöründen yüksek kar elde etmeye başlar. Bu durum, dünyada zincir otel işletmelerinin kurulmasına yol açar (Kozak, Kozak ve Kozak 2015). Avrupa'da ise, o yıllarda işçilik maliyetleri yüksektir (Burkart ve Medlik 1974). Zincir işletmelerin kurulması, dünyada turizm sektörünün gelişmesinde önemli katkısı olur (Burkart ve Medlik 1974). Çalışma biçimi, imtiyaz hakkı, yönetim sözleşmesi, ortak girişimler, stratejik ortaklıklar ya da kiralama şeklinde olabilir (de Wit ve Meyer 1998). Günümüzün keskinleşen rekabet ortamında zincir işletmelerin bazı üstün yanlarına vurgu yapılmaktadır. Bunlardan bazıları, güçlü markanın yaratılması, pazar payının artırılması, riskin dağıtılması, ölçek ekonomisi oluşturarak satınalma maliyetinin azaltılması, pazarın çeşitlendirilmesi, yönetim ve teknik maliyetlerin düşürülmesi, uygulamalar ve teknolojik yatırımlar konusunda güncelerin takip edilmesi gibi (Lim ve Wentling 1988; Johnson ve Vanetti 2005; Jones ve Hill 2013). Hilton, Club Med gibi zincir işletmelerin farklı grup müşterileri için farklı özellikte ve isimde yeni markalar yaratarak, yeni ülkelere ya da şehirlere giriş yaparak pazar bölümlendirmesine gittikleri bilinmektedir.

TURİZMİN TOPLUMSAL, EKONOMİK VE FİZİKSEL ETKİLERİ

İkinci Dünya Savaşı sonrasında, bir yandan turizm yatırımlarına ağırlık vererek tatil amaçlı

Tablo 1. Türkiye'deki Yabancı Zincir, Grup ve Markalar (Geliş tarihine göre)

Zincir adı	Yılı	Zincir adı	Yılı
Hilton	1955	Maritim	2004
Club Med	1966	Calimera	2005
Pullman/Mercure	1970	Ibis	2007
intercontinental	1971	Novotel (6)	2007
Valtur	1971	Blue Collection	2008
Sheraton	1975	Howthorn	2008
Robinson Clubs	1984	Sensimar	2008
Meridien	1986	W Hotels	2008
Ramada	1986	Courtyard	2009
Alba Club	1987	LTI	2009
Aldiana	1987	Primasol	2009
Inter	1987	Sentido-T. Cook	2009
Best Western	1988	Doubletree by Hilton	2010
Iberotel	1988	Edition	2010
Marco Polo	1988	Hilton Garden Inn	2010
Paradise	1988	Holiday Inn Expres	2010
Steigenberger	1988	Club Seno-TUI	2011
Grup Sol	1989	Hampton by Hilton	2011
Corinthia	1990	Le Meridien	2011
Holiday Inn	1990	Lugal Luxury	2011
Kempinski	1991	Purovida-TUI	2011
Movenpick	1991	St. Regis	2011
Swissotel	1991	Viverde-TUI	2011
Conrad	1992	Soho House	2012
Global Hyatt	1993	Sunprime Resort-T. Cook	2012
Penta	1993	Clairon	2014
Marriott	1994	Jumeriah Hotels	2014
Renaissance	1994	Mandarin Oriental	2014
Four Seasons	1996	Raffles	2014
Radisson Blu	1998	Shangri-La	2014
Ritz Carlton	1999	Smartline-Thomas Cook	2014
Iberostar	2002	SunConnect-Thomas Cook	2014
Crown Plaza	2003	Missoni	2015
Barcelo	2004	Rezidor	2015

Kaynak: <http://resortdergisi.com/dergi/155/#p=184>

kıyı turizmi canlandırılmaya çalışılırken, diğer yandan da pazarlama ve tanıtım gibi faaliyetleri içeren işletmeciliğe yönelik çalışmaların yürütüldüğü görülür (Burkart ve Medlik 1974; Vukonic

2012). Yukarıda da vurgulandığı gibi, savaşın beraberinde getirdiği kaynak sorunu nedeniyle bu yıllar yönlendirme amaçlı olarak kamunun birçok ülkenin turizm yatırımlarında ağırlıklı olarak ve doğrudan kendisini hissettirdiği bir dönemi işaret eder. Ancak 1970'li yıllara gelindiğinde, turizmdeki gelişmenin ortaya çıkardığı etkiler kendisini göstermeye başlar. Bu gelişme sonucunda ise, turizm araştırmalarında yeni konuların çalışılması zorunlu bir hal alır. Bunlar, turizmin, gidilen bölgenin ekonomik, toplumsal ve fiziksel yapısı üzerinde ortaya çıkarmış olduğu dolaylı ya da doğrudan etkileri olacaktır (Burkart ve Medlik 1974; Mill ve Morrison 1992; Wall ve Mathieson 2006).

Ekonomik açıdan bakıldığında, turizmin bir bölgede yarattığı en temel etkinin gelir ve istihdam üzerinde olduğu görülür (Burkart ve Medlik 1974; Mill ve Morrison 1992). Turistlerin gereksinimlerini doğrudan karşılayan, konaklama, yiyecek-içecek ve ulaştırma gibi işletmelerin yarattığı gelir, doğrudan gelir etkisi olarak adlandırılır. Turizm amaçlı seyahat eden tüketicilere hizmet vermeyen ama bu gruplara hizmet veren işletmeler ile olan ilişkilerinden doğan gelir dolaylı gelir etkisi olarak adlandırılır. Doğrudan ve dolaylı gelir etkisi ile kazanılmış olan gelirin yeniden harcanması ile oluşan gelir ise, uyarılmış gelir etkisi adını alır.

Turizmin geliştiği bölgelerde yeme-içme gereksinimlerinin tarım ürünlerine olan talebi arttırması sonucu tarım sektörü olumlu yönde etkilenmektedir. Tarım ürünleri değerlenmekte ve tarım ile uğraşan kişilerin gelirinde artış olmaktadır. Turizm kırsal bölgelerde de istihdam yaratarak tarım kesiminde çalışanların turizm sektöründe çalışmasına olanak sağlayarak mevsimlik işsizliği de önlemektedir. Yapılan araştırmalarda, turizmin gelişme gösterdiği bölgelerde turizme bağlı olan işletmelerde görev yapan çalışanların turizmin bölgesel etkileri konusunda daha bilinçli oldukları görülmektedir (Caneday ve Zeiger 1991). Diğer yandan, özellikle kırsal bölgelerde turizmin gelişmesi ile birlikte, arazi fiyatlarında artış yaşanmaktadır. Arazi fiyatlarının artması, sahipleri için fayda sağlarken; arazi mülkiyetinin parçalanmasına ve yüksek fiyat ile el değiştirerek

bölgesel enflasyona neden olabilmektedir (Mathieson ve Wall 1992). Son olarak, turizm sektörünün gelişmesi ile birlikte, bölgedeki altyapı ve üstyapı hizmetleri de geliştirilir ve iyileştirilir; bu durum, yerel halkın da bu tür hizmetlerden yararlanmasına olanak sağlar (Inskeep 1991).

Toplumsal etki açısından, bir bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte kültürler arasında etkileşim oluşur (Doğan 1989; 2004). Farklı kültürü temsil eden insanların birbirlerini tanınması ile birlikte, aralarında dostluk ve arkadaşlık ilişkileri kurulur; bu durum, toplumlar arasında barış ve hoşgörünün artmasını sağlar. Turizm geliştiği bölgelerde kurulan otel işletmelerinde özellikle kat hizmetleri departmanında kadın çalışan sayısının fazla olması; kadınların da ekonomik özgürlüklerini kazanmalarını sağlayarak cinsiyet eşitliğine yol açar (Kozak, Kozak ve Kozak 2015). Turistler ile iletişim kurmak isteyen halk, yabancı dil öğrenme gayreti içerisinde girmekte; yerel yönetimler ve kurumlar tarafından da dil kursları açılarak halk desteklenmektedir. Yerel halk yaşadığı bölgeyi, turizmin gelişmesi ile birlikte daha iyi tanımakta; tarihi ve kültürel değerlerine sahip çıkılması gerektiği bilincini önemsemektedir.

Ziya Eralp (1974) tarafından tamamlanan “*Turizmin Toplumsal Değişimine Sosyo-Ekonomik Etkisi*” başlıklı eser, turizmin toplumsal etkileri konusunda Türkiye’de çalışılan ilk konulardan olup, turizm sosyolojisi alanına özgün katkı yapar. O dönemde iç turizmde gelişmeye başlamış olan Balıkesir’in Erdek ilçesi ile turizmde gelişmemiş bir yöre olarak seçilen Ankara’nın Kalecik ilçesini ele alarak turizmin toplumsal değişim üzerindeki etkisini ele alan araştırmasının sonuçlarını içerir. Bu çalışmada Eralp, turizmin yarattığı istihdam ve gelir yaratıcı etkisi ve alışkanlıklar üzerinde meydana getirdiği değişim ile aynı zamanda o yörenin yaşam kalitesi üzerinden toplumsal yapısında da bir değişime yol açtığını açık bir şekilde vurgular. İzleyen yıllarda yürütülen çalışmalarda da, Türkiye’de turizmin olumlu ve olumsuz toplumsal etkileri ayrıntılı olarak ele alınır (Özdemir 1992; Doğan 2004).

Turizmin bulunduğu bölge üzerinde de olumlu ve olumsuz bazı fiziksel etkileri de bulunmaktadır (Briassoulis 2000; Hall ve Lew 2009; Kozak,

Kozak ve Kozak 2015). Ülkenin ya da yerel halkın turizm sektöründen gelir elde etmeye başlamasıyla birlikte, bölgelerinde bulunan tarihi eserlerin iyileştirilmesi ya da eski kimliklerine dönüştürülmesi konusunda çaba gösterilebilir. Halk, çevresel değerlere karşı daha hassas olması gerektiği konusunda eğitilebilir. Ek olarak, son yılların moda kavramı olan, fiziksel değerlerin sürdürülebilirliği konusunda yerel, ulusal ya da uluslararası ölçekte bazı önlemlerin alınması kendini gösterebilir. Olumsuz etkileri arasında ise, gürültü ve su dahil doğanın kirliliği kendini gösterebilir. Plansız kentleşme ortaya çıkabilir. Bu tür gelişmelerin sonucunda halkın biyolojik ve psikolojik dengesinde bazı sağlık sorunları görülebilir.

YÖNTEM

Türkiye turizm sektörünün gelişimine öncülük eden ve yatırım yaptığı yerleşimlerin ekonomik ve sosyal bakımlardan değişimine katkıdan bulunan Club Med Tatil Köyü zincirlerinin Foça’da açmış olduğu tesisin tarihçesi, gelişimi ve yörenin ekonomik, toplumsal ve fiziksel yapısı üzerindeki etkisini ele alan bu çalışmada birebir görüşme tekniğinin yanısıra ulusal basında ve kitaplarda yer alan bazı ikincil veri kaynakları da kullanıldı. Bu kapsamda, ilk olarak, öncelikle basında yer alan haberlerin taraması yapılarak tesisin geçmişi ya da işleyişi hakkında bilgi toplanmaya çalışıldı. İkinci aşamada, Anadolu Üniversitesi tarafından yürütülen “Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması” başlıklı projenin bazı çıktılarından yararlanıldı. Proje kapsamında görüşülen Mukadder Sezgin, Adnan Özaktaş, Güman Kızıltan ve Haluk Akar gibi dönemin bürokratlarının Club Med Foça’nın kuruluşu aşamasında yapmış oldukları tanıklıklarına dayalı olarak verdikleri sözlü bilgiye başvuruldu. Son aşamada da, tesisin kuruluşu aşamasında yerel yönetimlerde görev alan, tesisin açılmasıyla birlikte personel olarak çalışmış ya da müşteri olarak konaklama yapmış yedi kişiyle yüz yüze (no:1-7) ve bir kişiyle de (no:8) telefon görüşmesi yapıldı (Tablo 2).

Görüşmede kartopu yöntemi kullanılarak öncelikle bir kaynak kişiye ulaşarak oradan diğerlerine ulaşılmaya çalışıldı. Görüşmeler, 11 Aralık

Tablo 2. Görüşme yapılan kişi listesi

Katılımcı No	Görevi
1	Foça Reha-Necla Midilli Vakfı çalışanı
2	Club Med restoran ve bar çalışanı
3	Club Med satın alma ve depolama çalışanı
4	Geçmiş dönem Foça Belediyesi çalışanı
5	Geçmiş dönem Foça Belediyesi çalışanı
6	Fransızca Öğretmeni, Club Med tercümanı
7	Club Med misafiri
8	Geçmiş dönem Turizm ve Tanıtma Bakanlığı çalışanı

2015 tarihinde saat 11.00 ile 17.00 arasında Foça şehir merkezinde gerçekleştirildi. Üç kişilik bir grupla şehir merkezindeki bir işyerinde aynı anda görüşmeler tamamlandı (Katılımcı 1, 2, 3). Diğer dört görüşme ise sırasıyla kafeteryada (Katılımcı 4), işyerinde (Katılımcı 5, 7) ve evde (Katılımcı 6) gerçekleştirildi. Karşılıklı sohbete “tesis hakkında bildiklerinizi anlatır mısınız?” şeklinde genel bir soruyla başlanarak soru-yanıt şeklinde devam edildi. Görüşme yapılan kişinin emin olamadığı bazı bilgiler, görüşme sırasında yapılan telefon ya da yüz yüze görüşme ile bir başka kişiyle doğrulanmaya çalışıldı. Her kişi konuşurken yazarlardan birisi kâğıda not aldı. Görüşmelerin bitmesinden itibaren iki gün içinde de bütün notlar yazılı olarak bilgisayar ortamına aktarıldı. Sonrasında Foça Club Med tesisinin açılışı döneminde T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nda görev yapan ve görüşmelerde tercüman olan bulunan kişiyle de 15 Şubat 2016 tarihinde 40 dakikalık bir telefon görüşmesi gerçekleştirildi (Katılımcı 8). Tamamlanmış metin, Club Med Foça ile aşinalığı bulunan kişiler (Katılımcı 1, 4, 8) tarafından tekrar okunarak olası uyuşmazlığın giderilmesi ya da eksik kısımların tamamlanması yoluna gidildi.

CLUB MED: DÜNYADAKİ GELİŞİMİ

Şirketin internet sitesinde yer alan bilginin yanısıra görüşmelerden elde edilen bilgi biraraya getirildiğinde, kuruluşundan günümüze değin tarihsel gelişiminin şu şekilde anlatılması mümkündür. Club Méditerranée, su polosu şampiyonu Blitz tarafından 1950 yılında kurulur. Kısa adı Club Med şeklindedir. O dönemde İspanya’nın

Majorca Adası’nda faaliyet gösteren düşük fiyatlı çadır turizminin yapılması amaçlanır. 1953 yılında, sonraki yıllarda tesisin liderliğini üstlenecek olan Gilbert Trigano ile işbirliği yapılır. İlk Club Med tesisi, İtalya’da açılır (1954). Tesis, Baron Edmond de Rothschild tarafından satın alınır (1961); liderliği ise, 30 yıl boyunca Trigano tarafından yürütülür (1963-1993). 1963 yılından başlayarak çeşitliliğe gidilerek kış tatil köyleri de faaliyete başlar. Akdeniz ülkeleri dışındaki ilk tesis, Tahiti’de açılır (1965). Bu ülkeyi Karayip Adaları ve Florida takip eder. Kuruluşunda daha çok bekârları ve genç çiftleri ağırlamayı hedefleyen Club Med, ilk Mini Club bölümünü açarak daha çok aile gruplarına yönelmeye başlar (1967).

Kar amacı gütmeyen birlik statüsünden kar amaçlı limited şirket statüsüne geçer (1965). “Üyelik müşteri” sistemi de devam eder. 1990’lı yıllar sıkıntılı geçer. Rakipleri, Club Med konseptini kopyalamaya başlar. Tatilciler, daha farklı ürünleri talep etmeye başlar. Baba Trigano yerine yönetime giren oğul Serge Trigano kısa süre sonra görevinden ayrılır (1993-1997). 2000’li yılların ilk başlarında yeni bir strateji geliştirilir. Tatil köyü kavramına yeniden dönülerek üst ve aile odaklı pazar hedeflenir. Kuzey Amerika kıtasındaki tesisler kapatılır (2005). Kısa bir süre için en büyük ortağı Accor firması olur (2004-2006). İzleyen 2006 ve 2007 yıllarında bazı tesislerin kapanmasına devam edilir, bazıları da yenilenir. Bazı yeni tatil köyleri açılır (2007-2008). Sonrasında Çin pazarına girilerek beş tesis sahibi olunur. O dönem yaratılan “mutluluk dünyayı yakaladığında” sloganı günümüzde halen kullanılır (2008). Misafir kitlesinin büyük bir kesimini aileler oluşturur; bunu çiftler ve bekârlar izler. Daha çok egzotik bölgelerde kurulan tesis, 2004 yılında yeniden gözden geçirdiği “herşey dahil” konsepti ile faaliyetlerine devam eder. Dünya genelindeki 71 tesisinde toplam 110 ülkeden yakla-



Fotoğraf-1. Koydan bir genel görünüm

şık 13,000 çalışanı görev yapar. 40 ülkede operasyona sahiptir. En son sahibi, Fosun International isimli firmadır. Merkezi, Paris'tedir.

FOÇA CLUB MED TATİL KÖYÜ: GELİŞİMİ VE SONUÇLARI

Yukarıda da kısaca değinildiği gibi; 1960'lı yıllar, Club Med firmasının ürün çeşitliliğine gittiği ve dünyaya açıldığı bir dönemdir. İlk tesisini Tahiti'de açmakla birlikte, başka ülkelerde de hizmet verilmesi konusunda isteklidir. Türkiye'de ise, T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurularak turizm resmi anlamda kamusal bir kimlik kazanmış olur. 1963 yılından itibaren Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Beş Yıllık Kalkınma Planlarında turizm sektörüne önem verilmesi vurgusu yapılır. Yabancı sermaye konusundaki çalışmalar önem kazanır. Böyle bir ortamda Club Med'in Türkiye'ye geldiği süreci, o dönem T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda görevli olan Mukadder Sezgin (2016) şu şekilde açıklar:

Şimdi onun ilk kurucusu, sahibi ve Yönetim Kurulu Başkanı Gérard Blitz isimli, filozof kafalı, yaptığı işin ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla dünya turizmi için taşıdığı anlam ve önemin bilincinde olan bir insandı. Onu davet ettik, Türkiye'ye ilgi duyuyorlarmış ki, hemen davetimizi kabul edip geldi. Kendisiyle konuştuk, Türkiye'nin turizm açısından önemini anlattık. Yatırımcı olmaktan çok işletmeci olarak çalıştıklarını, yatırımcının da, hiç değilse kısmen bir devlet kurumu olmasına özen gösterdiklerini belirtti. Devletle işbirliği hâlinde çalışmanın kendileri için hem yatırım hem işletme dönemleri bakımından güven verici bir durum yarattığını; öncelikle de, ülkemizde bu imkânın var olup olmadığını bilmek istediğini söyledi. Kendisine, bu sektörde gerçekleştirdiği yatırımlarla, bilgi ve deneyimiyle öne çıkan kurumun Emekli Sandığı olduğunu belirttik. Onun gerçekleştirdiği Hilton ve Tarabya otellerini, inşa edilmekte olan Büyük Efes otelini örnek gösterdik... (s.322).

Sezgin, Blitz ile yapılan görüşmelerin devamında Türkiye'nin turizm sektörüne ayıracağı kaynağın kısıtlı olduğunu, kendisine ulusal bir firmayı ortak olarak almasını önerir. Blitz, ileride sorun çıkabileceği konusundaki endişesini dile getirerek bu öneriye sıcak bakmaz. Daha önce bir başka Fransız inşaat firmasının Türkiye'de yaptığı faaliyetlerin takibini üstlenen Transtürk firması ile yine takipçi olarak çalışılmasına karar verir. Blitz, T.C. Emekli Sandığı ile çalışma fikrine



Fotoğraf-2. Koydan bir genel görünüm

sıcak bakar. O dönemde T.C. Emekli Sandığı'nın bağlı olduğu Maliye Bakanı Ferit Melen ile görüşmesi sağlanır. Blitz, Melen'e, İkinci Dünya Savaşı sonrası dünyada meydana gelen değişimlerden yola çıkarak Club Med misyonunu anlatır. Bu görüşmenin içeriğini Sezgin (2016) şöyle anlatır:

... nüfus hareketlerinde, kentleşmede görülmemiş değişim ve dönüşümlere yol açtığından bahisle sözü turizme getirdi. Özetle, yoğun ve kitlesel boyutta sürüp giden kent yaşamından bunalmış insanlara Fransa içinde ve dışında, doğayla bütünleşerek dinlenme, eğlenme, toparlanma imkânları sunacak nitelikte, kendi tasarımlarına göre inşa ettirip işlettiklerini belirterek Türkiye'de de bu tür köyler kurmayı istediklerini; bunların, doğal çevre ile uyumlu, toprak, kerpiç, ahşap, saz, kireç v.s. gibi malzemelerle yapılmış bungalovlardan oluştuğunu; bu konutların sadece uyku için kullanılmak üzere tasarlandığını, günlük yaşamın açık alanlarda yeme-içme, spor, eğlence, kültürel etkinlikler, dans ve oyunlarla geçirildiğini; zaman zaman da dünyaca ünlü, örneğin Jean-Paul Sartre gibi fikir ve düşün adamlarının, yazar ve sanatçıların, eleştirmenlerin davet edilerek onlarla konferans, konser, sohbet, tartışma gibi etkinliklerin düzenlendiğini, yerel halkın folkloru, el sanatları gibi geleneksel kültür ürünlerinin sergilendiğini, ülke içi geziler düzenlendiğini, bu tür deneyimleri yaşamış olan turistlerin ülkelerine mutlu döndüklerini ballandıra ballandıra anlattı. Fas'taki Agadir Tatil Köyü'nü, Fas Kralı Hasan'ın turizme verdiği önemi övdü. Ayrıca, tesislerinin bulunduğu ülkelerin ilginç doğal ve kültürel zenginliklerini tanımak üzere geziler düzenlediklerini, yeme-içme, giyim kuşam, el sanatları, folklor, müzik, dans gibi geleneksel kültürel değerlerinden örnekler sergilediklerini, farklı kültürler arasında karşılıklı alışveriş, birbirini tanıma, anlama, yakınlaşma yoluyla uluslararası barışa katkıda bulunmaya çalıştıklarını anlattı. Ferit Bey, "Mukadder, bu adamın anlattıkları rüya gibi şeyler... Çok hoşuma gitti. Ne lâzımsa yapalım; şimdi size Emekli

Sandığı Genel Müdürü Muzaffer Bey'e göndereyim, onunla bir görüşün," dedi ve ona telefon ederek konuyu kısaca anlatarak bizi kabul etmesini sağladı... (s.322).

T.C. Emekli Sandığı Genel Müdürü Muzaffer Emre, konuya sıcak bakar. 1964 yılında Club Med, Ege Bölgesi'nde bir tatil köyü projesi için arazi incelemesi yapar. Önce Muğla-Dalyan İztuzu sahili için teklif gelir. Blitz, antik kentlere, İzmir'e ve havaalanına yakınlığı, turizme elverişli konumu, doğa güzelliği ve kruvaziyer gibi özellikleriyle oldukça tanınmış bir yerleşim yeri olan Kuşadası üzerinde durur. Uygun arazinin bulunması ve etütlerinin yapılmasına karar verilir. Dilek Yarımadası'nda yer alan Küçük Kalama ki seçilir. Ancak burası milli park ilan edileceği için vazgeçilir, Aslanburnu seçilir. T.C. Emekli Sandığı, bu arazinin mülkiyetini alır. O dönemde şirkete ortak olan Mösyö Trigano, ünlü mimarlardan Jean Weiler ile Ankara'ya gelir.

Haberi alan dönemin Belediye Başkanı Selçuk Dirim, İzmir Valisi ile görüşmeler yaparak Fransız heyetini Foça'ya davet eder. Maliye Bakanlığı'nda görevli Foça hemşehrisi Akif Kınşan, ekibe Foça'yı da görmelerini tavsiye eder. Club Med'in kurucusu Mösyö Trigona, Selçuk Dirim ile birlikte Foça'da tatil köyünün yerini belirlemek için helikopter ile keşif uçuşu yaparken şu anda kurulu olan alanı beğenir. Selçuk Dirim, tesisin bu arazi üzerinde kurulması durumunda yerel yönetim ve halk olarak gerekli desteği ve receklerini ifade eder. O dönemlerde Foça'da faaliyet gösteren sadece küçük ölçekli iki adet ko-

naklama tesisi bulunur: Kaan Otel (5 odalı, sahibi Esat Kaan) ve Pansiyon1 (12 odalı, Ferit Oğuzbay-Köy Enstitüleri kurucularından öğretmen ve müfettiş). Bu nedenle, Club Med'in yöre turizminin ve ekonomisinin gelişiminde ciddi ölçüde katkıda bulunacağı düşünülür.

Trigano, Kuşadası yerine Foça'yı tercih ettiklerini söyler. Gerekçe olarak Marsilya'nın Foça ile bağıını gösterir (Marsilya, Antik çağda Pers hâkimiyeti altında kalmak yerine ülkelerini terk eden Foçalılar tarafından kurulur); bu nedenle, Fransızlar için daha çekici olacağını söyler. Ancak Trigano, ortaya çıkacak yüksek maliyet ve sonrasında kendisinden istenecek yüksek kiranın kaçınmak için düşük kaliteli bir tesisin yapılmasında ısrar eder. Bu düşünce, Muzaffer Emre tarafından kabul görmez ve anlaşmazlık ortaya çıkar. Muzaffer Emre, yüksek nitelikli bir inşaat düşüncesinden yanadır. Ortaya çıkan anlaşmazlığın ve sonrasındaki çözümün içeriği hakkında Sezgin (2016) şu bilgiyi verir:

... Emekli Sandığı'nın kira için belirlediği rakamı aşırı yüksek bulduğunu ve bu durumda projeden vazgeçeceklerini söyleyerek ayağa kalkıp toplantıyı terk edeceğini belirten Trigano'ya, Muzaffer Bey şöyle cevap verdi: "Bu hareketinizi tasvip etmiyorum. Benimle görüşmeye geldiniz, sizleri kabul ettim. Taleplerinizi kabul etmek veya etmemek yetkisinde olan bir kişi varsa o kişi benim. Buyurun, şimdi gidebilirsiniz. Ben dosyayı burada kapatıyorum." Trigano neye uğradığını bilemez duruma düştü; özür dileyerek yerine oturdu ve görüşmeler yeniden başladı. Muzaffer Bey yetki ve sorumluluklarının bilincinde, konusuna hâkim mükemmel bir müzakereciydi. Çetin tartışmalardan sonra anlaşma imzalandı. Böylece Foça'da betonarme olarak, her biri en az bir zeytin



Fotoğraf-3: Plaj-1



Fotoğraf-4: Plaj-2



Fotoğraf-5. Ortak alan (Amfi Tiyatro)



Fotoğraf-6. Odalar

ağacına sahip, araziye geniş aralıklarla serpiştirilmiş bungalovlar ve ortak donanımlardan oluşan bir tatil köyü yapıldı ve işletmeye açıldı... (s.323).

Muzaffer Emre, Mösyö Trigano ve Selçuk Dirim, tesisin açılması için birlikte girişimde bulunur (Sezgin 2016). Hazineye ait arazinin kamulaştırılması görevini T.C. Emekli Sandığı üstlenir. Foça Belediyesi kendine ait araziye bağışlar. Hazine, kendine ait kısımları bedelsiz devreder. Orman İdaresi'ne ait arazi kiralanır. Şahıs arazi-si, bedelinin altında satın alınır. Bir bakıma Devleti ve halkıyla özverili bir işbirliği projesinin örneği sergilenir. Tesisin mülkiyeti T.C. Emekli Sandığı'na, işletme hakkı da Club Med firmasına ait olacak şekilde, Mösyö Trigano 10 yıl süreyle kiralama yapar. Projesi, Fransız mimarlar tarafından çizilir. Gece geç saatlere kadar devam eden inşaat aşamasında Fransız mimarlar ile Türk çalışanlar arasında iletişimin sağlanması için o dönem Foça Ortaokulu'nda Fransızca Öğretmeni olarak görev yapan bir kişi de (Gentil Organisateur sıfatıyla), tercümanlık yapar.

Dönemin T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda görev üstlenen Adnan Özaktaş (2016), Club Med'in Türkiye'ye gelişini ve Foça tesisinin mimari çizimini şu şekilde açıklar:

... O zaman ne yapalım dedik, Hilton'u herkes örnek alıyor çizerken. Ondan sonra tatil köyünde örnek yok. O ara Emekli Sandığı da turizm yatırımı yapıyor. Hilton'u yapan Emekli Sandığı biliyorsunuz. Kuşadası'yla Foça'da, Club Mediterranee; bunlar tatil köyü kurmaya istekli olarak Türkiye'ye geldiler, ben aracı oldum. Emekli Sandığıyla onları ortak yaptık. Zarar etti Emekli Sandığı ama kasıtlı ola-

rak 'Türkiye'ye bunlar gelsin' diye bazı avantajlar sağladık. Club Mediterranee, onlar da bayıla bayıla geldiler. E onların biliyorsunuz, kampçılık konusunda büyük deneyimleri var. O zaman dünyanın en iyi kamplarını Club Mediterranee yapıyordu. Onlardan iki tane yaptılar. Biz mimarlara dedik ki 'İşte örnekler.' O zaman modaydı deniz kıyısında şeyler yapmak, tatil köyleri yapmak. Öyle lüks otel değil onlar, böyle ayrı ayrı oluyor. Neyse bizimkiler de başladılar çizmeye tatil köyü projeleri ve böylece yatırım bir ölçüde şekillenmeye başladı... (ss.18-19).

1964 yılının sonunda T.C. Emekli Sandığı inşaatla başlar. Alınan izinle inşaatın son aşamalarında Foça Açık Tarım Cezaevi tutukluları çalışır (tesis açılmasıyla birlikte tutukluların bahçe ve temizlik gibi işlerde çalıştırılması devam eder. Tesis yönetimi, işçilik gideri olarak Cezaevi Döner Sermaye İşletmesi hesabına belirli bir ücret ödemede bulunur. Bu ücret, tutukluluk bitiminde her işçiye ödenir). Club Med, sonradan kiradan düşülmesi şartıyla inşaat aşamasında nakit desteği verir. Yol, su ve elektrik gibi altyapı yatırımlarının tamamlanması konusunda Foça Belediyesi girişimde bulunur. Yolun geçeceği güzergâhtaki birçok arazinin sahibi bedel almaksızın arazilerinin devrini sağlar. İl İmar Müdürlüğü altyapı çalışmalarını, karayolları da yolun asfaltını tamamlar. Elektrik bağlantısı konusunda İzmir milletvekillerinden destek istenir. Halktan birinin arazisinde kendi onayıyla iki içme suyu kuyusu açılır. Bağarası Köyü'nde sondaj kuyuları açılır. Club Med sayesinde 1967 yılı başlarında Foça şehir merkezine elektrik ve su hizmeti de verilmiş olur. Öncesinde ise, benzin ile üretilen elektrik, sadece günün belirli saatlerinde şehre verilir.

Tesis, 1967 yılının Mayıs ayında ilk misafirlerini ağırlar. Dönemin T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanı Nihad Kürşad açılışını yapar. Selçuk Dirim, tedavisi nedeniyle İstanbul'da olduğu için açılışa katılamaz. Ancak 1997 yılında tesisin 30. yılı kutlamaları çerçevesinde İstanbul'da düzenlenen bir resepsiyonda Mösyö Trigano, oğluna bir teşekkür plaketi sunar (Katılımcı 4). Hürriyet Gazetesi'nde yer alan bir habere göre (2008), aynı uçakla İzmir Çiğli Havalimanı'na iniş yapan bir Fransız uçağından inen zengin turistler Club Med'e, diğerleri de Foça'daki diğer otel işletmelerine yönlendirilir. Tesis, ilk beş aylık dönemde istihdam ettiği 120 kişilik çalışan ekibiyle toplam 900 Fransız turiste hizmet verir. Foça ilçe merkezine 5 km uzaklıktaki tesis, Türkiye'nin ilk tatil köyü ve aynı zamanda "çıplaklar kampı" unvanına da sahip olur. Önce Foça, sonrasında Kuşadası açılır. Foça'nın önemli işadamlarından olan Reha Midilli ve ailesinin yaşamını anlatan bir kitapta tesisin kuruluş yıllarına ve sonrasında Foça ekonomisine katkısına vurgu yapılır (Yiğit 2012, ss. 300-301):

Artık çürümeye terk edilen Foça Tatil Köyü'nün, yurdumuzun turizm tarihinde önemli bir yeri vardır... Yöre insanları için iyi bir işyeriydi. 141 bin 380 metrekare araziye kurulu yurdumuzun ilk tatil köyü, zamanın Turizm ve Tanıtma Bakanı Nihad Kürşad tarafından yaptırılmış ve 1967 yılında Foça Fransız Tatil Köyü "Club Med" adıyla hizmete girmişti. Bu yıllarda günümüzün seçkin tatil yöresi Antalya'ya ulaşmak bile zordu. Foça Tatil Köyü'nün inşaatında o zamanki adıyla Foça Açık Tarım Cezaevi'nin hükümlülerini çalıştırmıştı. Foça Tatil Köyü hizmete girdiğinde; domatesinden, kavununa, yumurtasından, balığına kadar pek çok gıda maddesini yine cezaevi karşılamıştı. Hatta kulübün barlarından restoranına varıncaya dek hükümlüler görevlendirilmişlerdi.



Fotoğraf-7. Ortak mekan

Toplam 141.380 metrekare büyüklüğündeki tesisin 1982 yılında sözleşmesi tekrar uzatılır; 2005 yılında da hizmetine son verilir. Hizmetine son verilmesinin gerekçesi, Club Med firması tesisin yıprandığını ve bakıma alınmasını ister. Ancak T.C. Emekli Sandığı yönetimi, ortaya çıkacak maliyeti göz önünde bulundurarak teklife sıcak bakmaz. Firma yönetimi de, işletmeyi bırakır. Yukarıda da değinildiği gibi, izleyen iki yıl içinde farklı ülkelerdeki diğer tesislerin faaliyeti de durdurulur. Mülkiyet hakkı, T.C. Emekli Sandığı'na ait olan tesisin günümüzdeki durumu ile ilgili çeşitli tartışmalar devam etmektedir. Bir kesim, tesisin mülkiyetinin kamu tarafından satın alınarak yeniden işletmeye açılmasını isterken, bir başka kesim de kiralama ya da satış yoluyla özel sektöre devredilerek faaliyetinin devamlılığını istemektedir. Nitekim 2005 yılında özelleştirme yoluyla satışa çıkarılan tesis 8,2 milyon Doları bedelle alıcı bulur ancak Devlet onayı alınamaz (Hürriyet 2008). 2007 yılında T.C. Emekli Sandığı'ndan Hazine'ye devri yapılan Club Med tesisi ve arazisi, 2010 yılında İzmir Defterdarlığı tarafından satışa çıkarılır ancak bu kez alıcı bulamaz.

Özellikleri

Her yılın Nisan ayının sonunda faaliyetine başlayan tesis, aynı yılın Ekim ayı sonlarında sezonu bitirir. Bir bakıma sadece yaz sezonunda "deniz-kum-güneş" üçlüsüne dayalı hizmet veren tesis özelliğine sahiptir. Tesis, 800 oda kapasiteli olarak faaliyetine başlar. Tesisin içinde "Arap Köyü" ve "Türk Köyü" diye iki bölüm yer alır. Her odanın "araba" gibi nesnelere ya da "kedi" gibi canlıları çağrıştıran ve alfabetik sıralanan Türk-



Fotoğraf-8. Sokak isimleri-1



Fotoğraf-9. Sokak isimleri-2



Fotoğraf-10. Plaj

çe bir ismi olur. Amaç, misafirlerin birkaç kelime Türkçe öğrenmelerinin teşvik edilmesidir. Odaların pencereleri küçük ve içi loş olarak tasarlanır, serpme sıva kullanılır. Gerekçesi de, misafirleri mümkün olduğunca oda dışında tutup aktivitelerden yararlanmalarını teşvik ederek satış hacminin arttırılmasıdır. Bu aktiviteler arasında Türk hamamı ve iki adet açık olimpik yüzme havuzunun yanı sıra yelken, okçuluk, tenis, su kayağı ve dalış yer alır. Çocuk havuzu yoktur. Her akşam yemek sonrası tiyatrodaki çeşitli eğlence ve gösteriler düzenlenir. Gece barı ve disko saat 04.00'e kadar açık kalır. Gece barında mangal partileri yapılır. Odalardan uzak konumlandırıldığı için disko rahatsız edici olmaz.

Tesis, tam pansiyon sistemiyle çalışır; ekstra yiyecek ve içecekler için önceden satışı yapılan renkli boncuklar kullanılır. Sonraki yıllarda "ticket" uygulamasına başlanır. 1983 yılından önce alakart servisi yapılırken, sonrasında sadece kahvaltıda açık büfe servisi başlar. 1985 yılından itibaren üç öğün için de açık büfe servisi başlar. Tesisin çeşitli ülke yemeklerinin hazırlanıp sunulduğu uluslararası bir mutfağı da bulunur. Restoranlarda sekiz kişilik masalar yer alır. Yemek yanında genellikle limitsiz miktarda Türk şarabı servis edilir. Ortalama konaklama süresi bir hafta ile iki ay arasında değişir. Ulaşım, Çiğli Askeri Havalimanı üzerinden sağlanır. Turistlerin yaptığı günlerde, bazı departman yöneticileri havalimanına karşılamaya gider; tesis içinde de ayrıca bir karşılama yapılır.

Tesisin faaliyetlerini yerine getirebilmesi için izlenmiş olduğu örgütlenme modeli şu şekildedir:

Üst yönetimde iki müdür bulunmaktadır. Bunlardan biri yönetim işlerinden, diğeri animasyon hizmetlerinden sorumlu olup, eşit statüye sahiptir. Tesis müdürüne bağlı görev yapan muhasebe (gestion), resepsiyon, halkla ilişkiler, gezi bürosu, satın alma ve mal kabul (econo), teknik servis (material), oda temizleme hizmetleri, restoran, gece ve gündüz barları. Tesisin yöneticisi hep Fransız olmakla birlikte, departman yöneticileri farklı ülkelerden oluşur. Tesis yöneticisine "Gentil Membre" (G.M.), departman yöneticilerine de "Gentil Organisateur" (G.O.) adı verilir. Bir Fransız sömürgesi olan Tunus ve Fas gibi ülkelerin yanısıra başka ülkelerden de çalışanlar görev alır. Tesis çalışanları ile misafirlerin birlikte yemek yiyerek, dans ederek ve spor yaparak zaman geçirmesi serbesttir (Çalışan-misafir arasındaki bu tür uygulamaları 2000'li yıllarda Valtur İtalyan Tatil Köyü de izler).

Tesis yönetimi ile Foça Belediyesi arasında yapılan bir sözleşmeyle, şef dışındaki diğer çalışanların Foça yöresinden olması şartı getirilir. Çalışanlar ile ilgili sorunların çözümünde Belediye aracılık ederken, Fransızca Öğretmeni de bu anlamda tercümanlık görevini üstlenir. İlk iki yıllık dönemde sadece iki kadın görev almak ister ve yaptıkları işten memnun kalır. 1969 yılından itibaren daha fazla kadın çalışan başvuruda bulunmaya başlar. İlk görev yeri burası olan bazı çalışanlar zamanla yetişip şef unvanına yükselir. Bakım-onarım, yelkencilik gibi işleri ilk yıllarda Fransız çalışanlar yerine getirirken, bu tür işler ilerleyen yıllarda Türk çalışanlara devredilir. Güman Kızıltan (2016), yöre insanlarının istihdamı

konusunu şu şekilde açıklar:

Foça Tatil Köyü'nü açtığı zaman eleman bulmakta sıkıntı çekti, çünkü Foça'nın halkı öyle çalışmaya alışık değil, nüfus da az, köyler var yanında köylerde de şey etti. Bunlar ısrarla bu çocukları tatil köyünde çalışmaya aldılar garsonluktan tutun temizlikçiliğe kadar. İşte tabii eğitilmiş elemanlar olmadıkları için bir başka üst göreve gelmeleri mümkün değil. Yahut da işte sportif faaliyetlerinde, işte gece kulüplerinde şunlarına bunlarına aldılar ve bunları eğittiler. Oraya gelen gençler iki ve üçüncü yılın sonunda dünyadaki Club Mediterranee tatil köylerinde görevlendirildiler, müdürlüğe kadar yükselen insanlar oldu. Onun için bu öncü tesisler var ya ilk kurulan, bunların hepsi aynı zamanda bir okuldu, pratik okullar... (ss. 185-186).

Fransız çalışanlar 12 ay istihdam edildikleri için sezon bitiminde zincirin Fransa ya da İsviçre'de bulunan diğer tesislerinde istihdam edilir. Zincirin İsviçre'deki kış tesisinde görev alan gruba, bazı Türk çalışanlar da dahil olur. Bir katılımcı, yılını anımsamadığı bir yaz sezonunda tesisin açılmadığını ve çalışanların o yıl zincirin İsrail'deki tesisinde görevlendirildiğini söyler (Katılımcı 2).

Tesis, ilk açıldığı yıllarda sadece Fransız turistlere hizmet verir. Animasyon gösterileri Fransızca dilinde yapıldığı için ilk yıllarda Türk misafir kabul edilmez. Sadece özel misafirlerin girişine izin verilir. Bunlar arasında 1970'li ve 1980'li yıllarda Ajda Pekkan, Nükhet Duru, Müzeyyen Senar, Neco gibi isimler yer alır. Bu ünlüler aynı zamanda Uluslararası İzmir Fuarı için gelir, tesiste konaklar ve bu sırada da ayrıca konserler verir. Ünlü misafirler arasında Sakıp Sabancı da yer alır. Tesisin, zamanla Almanya ve İngiltere başta olmak üzere Avrupa'nın diğer ülkelerine açılmasıyla birlikte, Türk misafir yasağı da tamamıyla ortadan kalkar. Tesis, birçok edebi ve sanatsal etkinliğe de ev sahipliği yapar. Felsefe konferansları yapılır, sanatçılar ve şairler davet edilerek söyleşi yapmaları teşvik edilir. Hatta Fransa'dan davet edilen bir uzmanın, Türk halıcılığı konusunda konferans verdiği de bilinmektedir.

Aşağıdaki alıntıdan da görüleceği gibi, Club Med Foça, bazı uygulamaların yerleştirilmesi konusunda ulusal turizm sektörüne de örnek olur. Yemeklerde açık büfe uygulaması, alışverişte boncuk ya da "ticket" kullanılması, gündüz saatlerinde su sporlarını akşam saatlerinde de eğlen-



Fotoğraf-11. Ortak mekan (Yüzme Havuzu)

ceyi kapsayan animasyon gösterileri ile Türk turizmine birçok konuda ilk olma özelliğini kazandırır. Tesisin alışveriş merkezinin de, o dönemlerde oldukça gözde olduğu dile getirilir (Doğan 2010). Günümüz herşey dahil sisteminin temelini oluşturan su sporları ve animasyon gibi etkinliklerin yer alması, 800 gibi yüksek oda kapasitesiyle geniş bir mekana yayılan tatil köyü modelinin ortaya çıkması, 1980 ve 1990'lı yıllarda, para yerine kullanılmak üzere misafir tesise giriş yaptığı andan itibaren kullanılmak zorunda olduğu ancak sonradan kullanımdan kalkan "boncuk" ya da "ticket" uygulaması sayılabilir. Tesise ilk giriş yapan bir misafir, ya muhasebe bürosunda ya da Ziraat Bankası tarafından açılan seyyar döviz bürosunda parasını bozdurarak harcama için gerekli "boncuk" ya da "ticket" alır. Foça şehir merkezinde hiçbir zaman döviz bürosu görülmez.

Kesin tarihini anımsamakla birlikte, 1968-1970 yılları arasında iki gece burada konakladım. O dönem için çok ilgi çekici ve popüler bir yerdi. Genellikle Fransız turistler konaklıyordu. İlk herşey dahil sisteminin temelleri orada atıldı diyebiliriz. Odalar biraz loştu ve odada müşteriyi tutmamak için birçok sosyal ve sportif aktiviteler vardı. Eğlenceler, animasyonlar, yelken, su kayağı gibi. Otele giriş sırasında belli bir ücret karşılığında renkli boncuklardan oluşan bir kolye alınıyordu. Her renk farklı bir para yerine geçiyordu. İçerideki ekstra harcamalar bu boncuklarla yapıyordu. Bunun dışında belli saatlerde ikramlar vardı. Çıplaklar kampı vardı fakat burası kapalı bir koydu. Bu bölümü görmedim. Dışarıdan görünmüyordu ve bu nedenle bir tepki oluşmadı. (Katılımcı 7).

Bir başka ilkler arasında, turizm sektöründe o yıllarda kendisini gösteren sendikalaşma hareketi yer alır. Çalışanlar bir yandan Belediye'nin garantörlüğünde işe alınarak görevlerini yerine

getirirken; diğer yandan da, sendika üyesi olurlar. Tesisin faaliyet dönemi boyunca iki kez greve gidilir. Foça yöresinden istihdam edilen yerel halkın uzun yıllar tesiste görev yapmasında belediyenin ve sendikanın etkili olduğu dile getirilir.

Çıplaklar Kampı

Club Med, oluşturduğu çıplaklar kampı konseptiyle de dünyada ve Türkiye’de adından söz ettiren bir firmadır. Club Med Foça aracılığıyla, Türkiye’ye de ilk çıplaklar kampı konseptiyle giriş yapılmış olunur. Tesisin kuzeyinde yer alan küçük ve dışarıdan görünmeyen kapalı bir koy “çıplaklar kampı” için seçilir. Tesisin içinden geçilir, isteyen çıplak bir şekilde denize girer ve koydan ayrılmadan üzerini tekrar giyinir. Havuz ya da diğer plajlarda mayo ve bikini şartı bulunur. Ortak alanlarda üstsüz gezen misafirler, çıplaklar kısmına gitmeleri için uyarılır. Çok tercih edilen bir kısım olmayan bu kamp, yine de, tesisin ismiyle öne çıktığı önemli bir alan olur. Yazılı basında kamp hakkında haberler yer alır ancak yöre halkı kampa yönelik olumsuz bir tepki göstermez. Nedenleri olarak ise, koyun ayrı ve tesis içindeki belirli kurallara göre yönetilir olması, yöre halkının tesisten kazanç sağlaması ve kampı önemli bir tehdit olarak algılamaması gösterilir. Bununla birlikte; eşcinsel misafirler, yöre halkının tepki gösterdiği konular arasında yer alır. Nedeni ise, bu misafirler ile görüşmek üzere İstanbul’dan eşcinseller gelmeye başlar. Yerel halk ve misafirlerden gelen tepkiler üzerine, yönetim eşcinsellerin tesise girişini yasaklar.

Anıları

Club Med Foça’nın açılışından itibaren ya da sonrası bir dönemde çalışmış ve halen Foça’da yaşamını devam ettirmekte olan bazı kişiler ile yapılan yüz yüze görüşmelerde bazı önemli anılara ulaşmak da mümkün. Katılımcılardan birisi, 1984 sezon bitiminde Çiğli Havalimanı’ndan üç uçak dolusu çalışanın kış sezonunda çalışmak üzere İsviçre’ye uçtuğunu ve bu yolculuğun kendisinin ilk uçak yolculuğu olduğunu söyler (Katılımcı 2). İlçede Fransızca konuşan tek kişi konumundaki diğer bir katılımcı, öğretmenlik görevi sırasında hem okulda hem de Halk Eğitim Merkezi’nde Fransızca öğretir. Emekli olduktan

sonra tesiste çalışmaya başlar. Özellikle Foça yöresinden istihdam edilecek çalışanların seçiminde etkili olur. Tesisin halkla ilişkiler bölümünde tercüman olarak çalışır ve şehir içi ve dışı günlük ya da iki günlük düzenlenen birçok turun sorumluluğunu üstlenir (Katılımcı 6). Açıldığı ilk yıldan itibaren tesiste uzun yıllar fotoğrafçı olarak görev yapan Mehmet Yavuz (2011), şu anda emekli olmasına karşın, o yılları özlemle andığını ve tesis kapandığında hıçkırarak ağladığını dile getirir. Açılmasında etkin rol oynayan dönemin Belediye Başkanı’nın oğlu, Club Med Foça’nın 30. yıl anısına İstanbul Boğazı’nda düzenlenen resepsiyonda, vefat eden babasının yerine teşekkür belgesi aldığı anda yaşadığı duygusal anları hala unutamadığını söyler (Katılımcı 4).

Toplumsal, ekonomik ve fiziksel sonuçları

Birçoğu Foça’dan olmak üzere birçok personeli istihdam ederek yöre ekonomisine katkıda bulunan Club Med, aynı zamanda, yöre insanlarının eğitime ve dil öğrenme gibi toplumsal konulara da öncülük eder. Genellikle Fransızca bilen çalışanların tercih edilmesi nedeniyle, ilçenin ortaoakulunda görev yapan Fransızca Öğretmeni, gerek okuldaki derslerinde gerekse de Halk Eğitim Merkezi öncülüğünde açılan akşam dersleriyle gençlere ve halka Fransızca öğretmeye başlar (Katılımcı 6).

Foça’nın günümüz Belediye Başkanı olan Gökhan Demirağ’ın verdiği bilgiye göre; tesisin istihdam ettiği birçok kişi günümüzde emekli olarak halen Foça’da yaşamlarını sürdürmektedir. Yaklaşık 300 kişi, işletmenin başka ülkelerdeki



Fotoğraf-12. Ortak mekan (Amfi Tiyatro)



Fotoğraf-13. Odalar



Fotoğraf-14. Odalar

tesislerinde çalışma fırsatı bulur. Club Med aktif olarak çalıştığı yaz dönemlerinde Foça, yılda yaklaşık 10,000 misafiri ağırlar ve yöre esnafı da bu hareketlilikten kendilerine düşen payı rahatlıkla alır (Hürriyet 2008). Foça'nın bir yerlisi, tesisin Foça ekonomisi üzerindeki etkisini şu şekilde özetler (Katılımcı 1):

O dönemde iyi halıcılar, kuyumcular vardı. Taksiciler çok para kazandı. Turistler, her yere taksi ile gidiyordu. Kaliteli ve çok harcama yapan turistler geliyordu. Akşamları balık restoranları dolu oluyordu. Restoranlar, Bodrum'dan istakoz getiriyorlardı. Daha önce salaş meyhane türü olan restoranlar gelişti ve daha iyi hizmet veren balık restoranlarına dönüştü. Bu şekilde, Foça'da balık restoranı kültürü gelişti.

Yabancı içkiler ithal edilirken, sebze gibi temel gıda ürünleri İzmir Hali, İzmir Gıda Çarşısı ve Foça Açık Tarım Cezaevi'nden karşılanır. Balık gibi deniz ürünleri için merkez, Foça olur. İstakoz, Bodrum'dan gelir. Zamanla balıkçılık gelişir; Türkiye'de ilk trata yasağı Foça'da uygulanmaya başlanır. Daha sonra trol ve gırgır da yasaklanır. Kıyı balıkçılığı çekici hale getirilir. Şehir merkezindeki modern görünümlü balık restoranlarının geçmişinde dahi Club Med etkisi görülür.

Tesis dışı aktiviteler arasında kısa ya da uzun süreli turlar yer alır. En fazla bir haftalık olan uzun süreli turlar, daha çok Doğu illerine yapılır. oldukça yüksek doluluk oranı ile çalışıldığı için bu şekilde yeni gelecek konuklara yer açılmış olunur (Sezgin 2016). Gezi bölümü, günde iki kez şehir merkezine yarım günlük tur düzenler. Taşıma için otobüs ya da tekne kullanılır. Şehir merkezinde balık restoranlarına giden de olur, alışveriş yapan da. Efes, Milet, Didim, Afrodias ve

Pamukkale gibi yörelere iki günlük; Bergama'ya gününbirlik turlar düzenlenir. Ayrıca taksi kiralama yoluyla da benzer turlar misafirler tarafından planlanır. Hem tesis çalışanları hem de taksi şoförleri iyi bahşiş aldıklarını dile getirir ancak esnaftan komisyon alma kültürü o dönemde henüz yoktur (Katılımcı 6). Karşılıklı ve tur düzenleyici amaçlı ilk acente, 1990'lı yılların başında açılır. NemTur isimli bu acente, 3,5 yıl faaliyet gösterir. Merkezi İzmir'de bulunan Bastıyalı isimli acentede 1980'li yılların sonunda Foça'da bir şube açar, 1995 yılında da kapanır. İsveçli turistleri getirir. Halen Ampurya isimli sadece bir acente mevcuttur (Katılımcı 1).

Annesi-babası ve kendisi olmak üzere aynı aileden iki kuşak tesiste görev yapar, yurtdışında çalışır, ekonomik olarak faydasını görür ve ev alır. Foça'nın yakın köylerinde yaşayanlardan seçilen çalışanlar servisle taşınır. Her Cuma günü özellikle bahçede yemek hazırlığı yapılır. Bu iş için ekstra görevli çalışır. Tesis yokken halkın geçimi sadece tütün ve balık iken, tesisin açılmasıyla birlikte turizm sektöründe çalışmaya başlar. Elde edilen gelir sayesinde arsa, araba ve traktör sahibi olanlar görülür.

Elde edilen ekonomik faydayla birlikte, ilçede entelektüel bir yaşam tarzı kendini gösterir. Etnaf ve halk, özellikle akşamları şehir merkezine gelen yüzlerce turist ile iletişim ve etkileşimde bulunur. İlçenin gençleri, daha iyi şartlarda yaşayabilmek için daha çok çalışır; eğitim düzeyleri artar. O dönemlerde liseden mezun olan hemen her genç belirli bir düzeyde Fransızca konuşur. Akşam saatlerinde yemek öncesi misafirler ile

ilçenin gençleri arasında çeşitli sportif karşılaşmalarının düzenlendiği de olur. İlçede bir Fransız kültürü oluşmaya başlar; halk, Fransızlar gibi giyinmeye başlar (Katılımcı 6). Kavala, Midilli ve Limmi göçmenlerinden oluşan yöre halkının tutucu bir yapıda olmamasının da, tesisle birlikte, halkın dışa açılmasında etkili olduğu dile getirilir (Katılımcı 4).

1963 yılında T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kurulmasıyla İzmir Bölge Müdürlüğü'ne atanan Güman Kızıltan (2016), tesisin Foça halkı üzerinden toplumsal değişimini şu şekilde özetler:

... Adamlar tam manasıyla maaşını veriyordu, tam maaşıyla eğitimini veriyordu, adam gibi çalışma saatleri vardı, mesaieleri vardı, dolayısıyla sektör sevildi. İki en önemli şeyi söyleyeyim, bizim insanımız lokal yaşayan insanlardı o devirlerde, yani Foçalı Foça'da yaşıyor, Kuşadalı Kuşadası'nda yaşıyor bilmem ne, gidip gelmeler çok az, İzmir'i bile görmemiş insanlar var. Şimdi ilk önce bu tatil köyünü görüyor, o, hayatında görmediği bir şey. Bir sürü insanlar geliyor onlarla tanışıyor, çoğu orada lisan öğrendiler şakır şakır. Ve onlar daha sonraki başka tatil köylerine, kulübün dünyadaki diğer tatil köylerine eleman olarak gönderildiler, sıvrilenler tabii yani hepsi gönderildi diye bir şey yok. Onun için bunlar çok önemli değişim... (s.186).

İlçenin tarihindeki belki de en önemli etkinliği, 1968 yılında düzenlenmeye başlanan "Foça Müzik, Folklor ve Su Sporları Festivali" olur. Sponsorluğu Club Med tarafından yerine getirilen festival, zamanla ilçenin en önemli kültürel etkinliği halini alır. Bu konuda, o dönemde Foça

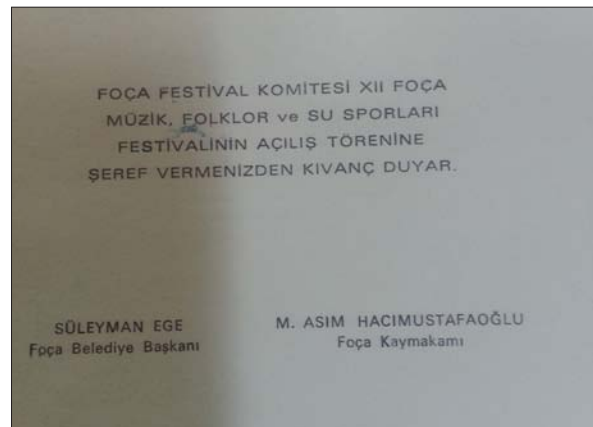
Belediyesi'nde memur olarak görev yapan katılımcı şu bilgiyi verir (Katılımcı 5):

Festival, 1968 yılında başlar. Öncülüğünü Kılıç Ali Aslan (İlçe Kadastro Müdürü), Abidin Aygün (İlçe Açık Tarım Cezaevi Müdürü), Ali Kaya (İlçe İlköğretim Müdürü), Süleyman Ege (İlçe Belediye Başkanı) ve Sibel Müstecaplıoğlu'nun yaptığı ekip, Yelken İhtisas Kulübü'nü kurar (1968). Bu kulüp, festivalin organizasyonunu üstlenir. İlk yıl, Müzeyyen Senar Gazinosu'ndaki seçmeler için İzmir'e gelen sanatçılar festivale de katılarak konserler verir. Tavuk çiftliklerinden nakit para, esnaftan erzak toplanır. Konaklama ihtiyacının karşılanması için okullar yatakhaneye çevrilir. İlçe halkı yemek hazırlar. Açılış davetiyeleri TARIŞ tarafından basılır (Foça merkezli Hüseyin Ulu ve Hüseyin Gen isimli Tarih yöneticilerinin girişimiyle). Club Med animasyon ekibi, tesiste akşam yemeğinden sonra sergiledikleri gösterileri (Speck Tag), festival kapsamında da tekrarlar. 1985 ile 1988 yılları arasında düzenlenmeyen festival, 1989 yılında "Balıkçılık Festivali" ile birleştirilerek bugüne kadar gelmiş olur. Günümüzde "Rastgele Turizm Foça Festivali" adıyla devam eden bir etkinlik olur.

Foça, yöresel kalkınma açısından elde edilen böylesine olumlu bir gelişme sonucunda Türkiye'nin diğer bazı destinasyonlarına da örnek olur. Örneğin; 1974 yılı yerel seçimlerinin kampanya çalışmaları sırasında Alanya Belediye Başkan Adayı "seçilirim amacım, Alanya'yı Foça seviyesine çıkarmak olacaktır" sözünü verir.



Fotoğraf-15. Festival davetiyesi



Fotoğraf-16. Festival davetiyesi-2

XII FOÇA MÜZİK, FOLKLOR ve SU SPORLARI FESTİVALİ PROGRAMI		
BİRİNCİ GÜN		
14 AĞUSTOS 1981		
Saat	GÖSTERİLER, EĞLENCELER	YAPILACAK YER
18.00	Top atışları ile Festivalin başlangıç ilanı	J.Kom.Ok. önünden
18.00	Festival kervanının tören yerine hareketi	Cum. Alanına
19.30	Açılış töreni	« «
19.45	Çeşitli gösteriler	« «
21.00	Türk Halk Müziği Konseri	Park Gazinosu
21.30	Fener alayı	Şehir İçi
21.00	Folklor gösterileri	Palmye Gazinosu
İKİNCİ GÜN		
15 AĞUSTOS 1981		
10.00	Resim, Fotoğraf, kârikatür yapma ve Şiir yazma yarışması	Halk Eğitim Merkezi
11.00	Motorlu sandal yarışları ve yüzme müsabakaları	Küçük Deniz
15.00	Yelken yarışları (Tatil Köyü)	« «
18.00	Voleybol ve Basketbol müsabakaları	Lise Bahçesi
18.00	Folklor gösterileri	Çeşitli yerlerde
19.00	Deniz gezisi	Foça Limanı
21.00	Folklor gösterileri	Park Gazinosu
21.00	Türk Halk Müziği Konseri	Palmye Gazinosu
ÜÇÜNCÜ GÜN		
16 AĞUSTOS 1981		
10.00	Çiçek yarışları	Halk Eğitim Merkezi
10.00	Yağlı direk ve Deniz gösterileri	Küçük Deniz
11.00	Yüzme yarışları	« «
12.00	Ördek kapma yarışları	« «
14.00	Yelken yarışları	« «
15.00	Foça Tatil Köyü Deniz gösterileri	« «
16.00	Su Topu müsabakaları	« «
18.00	Folklor gösterileri	Çeşitli yerlerde
21.00	Özel eğlence programı (Danslı)	Park Gazinosu
21.00	Güzellik yarışması	« «
21.00	Folklor ve tatil köyü eğlence programı	Palmye Gazinosu

Fotoğraf-17 Festival davetiyesi-3

Günümüzle kıyaslandığında o günlerde olmasa da, Alanya'nın Foça seviyesine gelmesinden çok öte, Türkiye'nin çok önemli bir turizm destinasyonu haline gelmesi, bilinen ve inkâr edilemeyecek bir gerçeği oluşturur.

Türkiye'de değişen turizm konsepti ve Foça Club Med

Club Med, sahip olduğu 800 odası ve yaklaşık 140 dönümlük arazisinde sahip olduğu plajı, spor tesisler, yüzme havuzu, Türk hamamı, tiyatrosu, ağaçları ile Türkiye'nin ilk tatil köyü özelliğine sahiptir. Bu tür özellikleri kendilerine "benchmark" kabul ederek, 1980'li yıllardan başlayarak oldukça fazla sayıda görmeye alıştığımız özellikle Akdeniz bölgesindeki tatil köyleri, bu başlangıcın bir devamı niteliğinde olabilir. Bu konudaki açıklayıcı bilgi aşağıda yer almaktadır:

... Tabii çok önemli. İşte ilk, bizleri biliyorsunuz Foça ve şeydeki Valtur, İtalyan tatil köyünden başka herhangi bir turistik kıyı tesisimiz yoktu. Biz bu planlamadan sonra Turizm Bankası aracılığıyla mesela ilk tatil köyü projesini yaptık şeyde, Salima Tatil Köyü'nü yaptık. Turizm Bankası'nın şeyi olarak,

ortağı olarak bir işletmeciyile açtık, onun projesini de biz yaptık ayrıca. Turizm Bankası'ndaki proje ekibimiz bu planları yaparken aynı zamanda öncü örnek tesislerin de projelerini yaptı... (Akar 2016, s.200).

Daha önce Fransız turistler için çekici olan tatil köyleri projesi, 1980'li yıllardan itibaren Alman ve İngiliz turistlere hitap etmeye başlar; 2000'li yıllarla birlikte çok daha geniş müşteri profiline sahip olur. Halen daha devam ettirdiğimiz deniz kenarında piknik keyfiyle birlikte denize girme alışkanlığının yaşandığı 1960'lı yıllarda Foça'ya gelen Fransız turistler sörf başta olmak üzere çeşitli su sporlarını yaparlar.

Türk halkının kabul edilmediği çıplaklar kampanyası kısmı ise, o dönemde basın yoğun ilgisiyle karşı karşıya kalır (Hürriyet 2008). Bugün ise, İslam dünyasından olmayanların alınmadığı kadın ya da erkeklere özgü "haremlik-selamlık" uygulamalarını görmekteyiz. Türkiye'nin özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerinde yoğunlaşan bu uygulama, özellikle belirli bir Türk tüketici kitlesi tarafından ilgi görmektedir. O dönem, koysu ayırarak çıplaklar ve diğer misafirler için ayrı alanlar yaratılırken, günümüzde bu ayırışma erkek ve kadın için ayrı mekânlar yaratılarak cinsiyet üzerinden yapılı duruma gelmiş olur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tarihsel gelişimi çok gerilere gitmemekle birlikte, Türkiye'de işletme bazında turizm ve seyahat sektörünün gelişim süreciyle ilgili olarak hafıza oluşumu konusunda tamamlanmış çok nadir sayıda çalışmalara rastlanmaktadır. Bunlardan birisi Ankara-İstanbul merkezli TUSAN otel-motel zincirinin gelişimi üzerinedir (Ultav ve Savaşır 2016). Bir başkası da, yiyecek-içecek, otelcilik, otobüs taşımacılığı ve seyahat acenteciliği alanında Eskişehir'de faaliyet gösteren işletmelerin sözlü tarih yöntemiyle yazıldığı tarihçesidir (Kozak 2013). Bu çalışmada ise, yine geçmiş 1960'lı yıllara uzanan ve sonrasında zincir olarak Türkiye'nin diğer şehirlerine de yayılan Club Med firmasının İzmir-Foça'da açtığı tatil köyünün tarihsel gelişimini ele alarak yerel ve ulusal düzeyde turizm sektörünün gelişimindeki rolünün yanısıra ekonomik ve sosyal yapı üzerindeki etkilerini incelemektir.

Çalışmanın başında da vurgulandığı gibi, neo-liberal politikaların hissedilmeye başlandığı 1960'lı yıllar, dünyada olduğu kadar Türkiye'de de ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gereken bir dönemdir. Bu dönemde, ulusal ölçekte alt ve üst-yapı yatırımlarının tamamlanması, turizm talebinin yaratılması, diğer ülkelerden çekim yapabilmek için tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi gibi bir sorumlulukla hareket ederken, dünya genelinde de uluslararası ölçekte ses getirebilecek zincir işletmelerin yaratılması ve olgunlaştırılması için çaba harcanır. Yatırımı kamu tamamlarken, işletmeciliği özel sektör üstlenir. Böylelikle kamu-sektör işbirliğinin örnekleri turizm sektöründe de görülmeye başlanır. Kamu, sadece arazi vermekle kalmaz, yörenin yolu, elektriği ve suyu gibi temel gereksinimlerinin karşılanması için de katkıda bulunur.

Daha çok tarım ve balıkçılık gibi üretim biçimleriyle geçimini sağlayan yerel halk için yeni bir seçenek daha ortaya çıkar. Bir kısmı tesiste çeşitli görevler için istihdam edilirken, bir başka kısmı üretici olarak tesisin çeşitli gıda gereksinimlerini karşılamakta, bir başka kısım da esnaf ya da işletmeci olarak dolaylı bir şekilde gelir elde eder. Yerel halk, elde ettiği gelir ile yeni yatırımlara girer. Taksicilik, rehberlik, hediyelik eşya gibi yeni meslek grupları ortaya çıkar. Hem tesiste çalışanlar hem de yerel halk, yurtdışı deneyimine sahip olur. Tesiste çalışanlar arasında yabancı kadınlar ile evlenerek yurtdışına gidenler olur. Yerel halk, iletişim kurabilmek için yabancı dil öğrenmeye başlar, yeme-içme ve giyim-kuşam alışkanlığını değiştirir. Tesisin bugünkü restoran ve balık kültürünün gelişiminde de etkili olduğu düşüncesi hakimdir. Fransız kültüründen etkilenme ortaya çıkar. Tesiste konaklayan yabancı misafirlere basit Türkçe kelimeleri öğretilir, yörenin geleneği, yaşam biçimi hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanır. Düzenlenen turlar sayesinde çevredeki tarihi ve kültürel eserler hakkında bilgi sahibi olmaları mümkün olur. Düzenlenen kültür festivali sayesinde hem yerel halkın hem de yabancı misafirlerin yerel-ulusal kültür ve sanat hakkında bilgilenmeleri sağlanır. Turizm sektöründe ilk sendikal hareketlere tanıklık yapılır. Bir bakıma Foça, tesisin, tesis de Foça'nın doğal bir parçası halini alır ve bu birliktelik yaklaşık 40 yıl sürer.

Türkiye'nin Avrupa ülkelerine ve kültürüne açılmasında önemli bir kapı rolünü üstlendiği Club Med Foça, ulusal turizm sektörünün gelişimi açısından önemine bakıldığında, aşağıdaki şekilde bir sıralamanın yapılması mümkündür:

- Yöresel ve ulusal bazda turizm sektörünün öneminin anlaşılması,
- İlk tatil köyü ve herşey dahil konseptinin ortaya çıkmış olması,
- Alaylı turizm eğitimi modelinin gelişmesine katkıda bulunması,
- Kamu-özel sektör işbirliğine iyi bir örnek oluşturması ve devamlılığının sağlanmasına katkıda bulunması,
- Merkezi ve yerel yönetimlerin turizm planlamasında yoğun bir şekilde görev almış olması,
- T.C. Emekli Sandığı'nın turizm yatırımlarının teşvik edilmesi yönündeki çabalarının devam etmesi,
- Toplumsal etkilerinin (farklı kültürde insanlarla tanışma, yabancı dil öğrenme ve öğretme, yabancılarla evlenme vb.) görülmesi,
- Ekonomik çıktılarının (yeni meslek gruplarının gelişmesi, turizm başlı başına bir sektör haline gelmesi, istihdam olanaklarının yaratılması, hizmet sektörünün diğer alanlarının gelişmesi vb.) daha çok olumlu yönde olmasıdır.

Çalışma kapsamında da değinildiği gibi, Club Med zincirinin Foça üzerinden Türkiye'ye giriş yapmasıyla birlikte, kamu ve özel sektörün turizm yatırımları, işletmeciliği ve eğitimi konusunda deneyim kazanmasına doğrudan etkide bulunduğunu söylemek mümkündür. Türkiye turizm sektörüne hızlı bir giriş yaparak ulusal turizm tarihinde de bir "efsane" olarak yerini alan tesis, yerel halk açısından da bu algıyı uzun yıllar devam ettirmeyi başararak konumunu güçlendirir. Günümüzde yerel halk o yılları hala özlemle anarken; tesisin fiziksel konumu hakkındaki belirsizlik, yerel yönetimlerin ve basının gündemini de hala meşgul etmektedir. Bu çalışma kapsamında ele alınan birçok faydasına karşın tesisin kapanmasıyla birlikte, Foça ekonomisine ve toplumsal yapısına haksızlık edildiği düşüncesinin

yerel yöneticilerde ve halk da hala hakim olduğu görülmüştür.

Araştırmanın kısıtları arasında birkaç noktaya sıralanabilir. Birincisi, sadece tesiste alt düzeyde çalışan, dönemin T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda görev alan ve yine dönemin ilçe yönetiminde aktif görev alan kişiler ile görüşülmüş olup, Club Med tarafında görev alan üst düzey yabancı çalışanlar ve genel merkez çalışanları ile de görüşmelerin yapılması bir öneri olarak yer almalıdır. İkincisi, T.C. Emekli Sandığı çalışanları ile de görüşmelerin yapılması, özellikle yatırım ve kiralama aşamaları hakkında ek bilgilerin elde edilmesi için önemli olacaktır. Üçüncüsü, tesiste konaklama yapan misafirlerin dağılımının da daha geniş olması, konunun talep açısından daha iyi anlaşılması için ayrıca önemlidir. Son olarak, sadece bir başlangıç olmakla birlikte, zincirin Türkiye'deki diğer tesisleri arasında yer alan Kuşadası ve Kemer tatil köyleri için de benzer bir araştırmanın yürütülmesi mümkündür. Benzer bir araştırmanın T.C. Emekli Sandığı ya da T.C. Turizm Bankası tarafından tamamlanan diğer öncü tesislerin bölgesel ya da ulusal anlamda ortaya çıkardığı toplumsal ya da ekonomik etkileri konusunda da yapılması uygun olacaktır.

Not: Bu çalışmanın tamamlanması aşamasında gerek verdikleri bilgi gerekse ilgili kişilere yönlendirme konusunda sunmuş oldukları katkıdan dolayı Mukadder Sezgin, Prof.Dr. Nazmi Kozak, Prof.Dr. Alp Timur, Prof.Dr. Nüzhet Kahraman, Önder Kayın, Haydar Çelebi ve Nihat Dirim'e; tesisin fotoğraflarını çekme konusunda ilgi ve desteğini esirgmeyen Dr. Aslı Emine Özen De Haas ve Seyfi Gül'e teşekkürü bir borç biliriz.

KAYNAKÇA

- Akar, H. (2016). Haluk Akar. İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri Cilt – VIII.* (ss.192-206). Elektronik Basım.
- Briassoulis, H. (2000). Environmental Impacts of Tourism: A Framework for Analysis and Evaluation. İçinde H. Briassoulis ve J. van der Straaten. *Tourism and the Environment* (ss.21-37). Hollanda: Springer.
- Burkart, A.J. ve Medlik, S. (1974). *Tourism: Past, Present and Future*. Londra: Heinemann.
- Caneday, L. ve Zeiger, J. (1991). The Social, Economic and Environmental Costs of Tourism to a Gaming Community as Perceived by its Residents, *Journal of Travel Research*, 30 (2): 45-49.
- Club Med in Foça – A Ghost Holiday Village. *Hürriyet Daily News*, 6 Aralık 2008.

- De Wit, B. ve Meyer, R. (1998). *Strategy: Process, Content, Context: An International Perspective*. Londra: International Thomson Business Press.
- Doğan, S. (2010). Foça Tatil Köyü için Teklif Veren Çıkmadı. *Yeni Asır*, 30 Ekim.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 16 (2): 216-236.
- Eralp, Z. (1974). *Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın No: 374.
- Fletcher, R. (2011). Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist Extension, *Tourism Geographies*, 13 (3): 443-461.
- Gee, C. Y. (2008). *International Hotels Development and Management*. American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Hall, C.M. ve Lew, A.A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts*. New York: Routledge.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?*. 2. Baskı. Island Press, Washington D.C.
- <http://www.clubmed-corporate.com/?cat=188>, Erişim tarihi: 1 Haziran 2016.
- <http://resortdergisi.com/dergi/155/#p=184>, Erişim tarihi: 10 Ocak 2016.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jones, G.R. ve Hill, C.W. (2013). *Theory of Strategic Management with Case*. 10. Baskı, South Western Cengage Learning.
- Johnson, C. ve Vanetti, M. (2005). Locational Strategies of International Hotel Chains, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1077-1099.
- Kızıltan, G. (2016). Güman Kızıltan. İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri Cilt – VIII.* (ss.167-191). Elektronik Basım.
- Kozak, M. (2013). *Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü*. Eskişehir: Tepebaşı Belediyesi.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2015). Genel Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lim, H. D. ve Wentling, R. M. (1998). Modification of Transferred Training Programmes for Multinational Chain Hotels in Korea, *International Journal of Training and Development*, 2 (1): 17-27.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist: A New Theory of The Leisure Class*. 2. Baskı. University of California Press, Berkeley.
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1992). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman.
- Mill, R.C. ve Morrison, A. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text*. New Jersey: Prentice Hall International Editions.
- Özaktaş, A. (2016). Adnan Özaktaş. İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri Cilt – VIII.* (ss.303-349). Elektronik Basım.

- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*. Ankara: T.C. Turizm Bankası.
- Sezgin, M. (2016). Mukadder Sezgin. İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri Cilt – VIII*. (ss.303-349). Elektronik Basım.
- Simpson, T. (2016). Tourist Utopias: Biopolitics and The Genealogy of The Post-World Tourist City, *Current Issues in Tourism*. 19 (1): 27-59.
- Ultav, Z. T. ve Savaşır, G. (2016). *50. Yılıın Ardından Türkiye'nin İlk Otel-Motel Zinciri: TUSAN*. İzmir: Yaşar Üniversitesi Yayınları.
- Vukonic, B. (2012). An Outline of The History of Tourism Theory. İçinde C.H.C. Hsu ve W.C. Gartner (Editörler). *The Routledge Handbook of Tourism Research* (ss. 3-27). Londra & New York: Routledge.
- Wall, G. ve Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Essex: Pearson.
- Yavuz, M. (2011). Foça'da Club Med Kapanınca Hiçkırı Hiçkırı Ağlamıştım. *Yeni Asır*. 18 Eylül.
- Yiğit, V. (2012). *Midilli'den Çıktık Yola*. İstanbul: Ege Basım.



Metin KOZAK

Turizm alanında sırasıyla Çukurova Üniversitesi'nden Lisans (1991), Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Yüksek Lisans (1993) ve Sheffield Hallam Üniversitesi'nden Doktora (2000) derecelerine sahiptir. Çeşitli araştırma burslarıyla Belçika, İngiltere, Amerika ve Hong Kong gibi ülkelerde dersler verdi, projeler yürüttü. Tüketici davranışları, destinasyon pazarlaması, sürdürülebilir turizm ve kalite yönetimi konularında çok sayıda kitap, makale ve konferans bildirisine sahiptir. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.



Yeşim COŞAR

Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden Lisans derecesi aldı (2003). Yüksek Lisans (2006) ve Doktora (2013) derecelerini Turizm İşletmeciliği alanında Dokuz Eylül Üniversitesi'nde tamamladı. Muğla Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalıştı (2008-2012). Yavaş şehir- turizm ilişkisi konusunda İngiltere'de çeşitli üniversitelerde araştırmalarda bulundu. Temel çalışma alanları arasında yavaş şehir, sürdürülebilir turizm, tüketici davranışları ve turizm pazarlaması gelmektedir. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nda öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

İstismarcı Yönetici Algısının Kaytarma Üzerindeki Etkisinde Duygusal Tükenmenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir İnceleme*

The Effect of Abusive Supervision on Workplace Loafing and the Mediator Role of Emotional Exhaustion in this Relationship: An Examination on Hotel Businesses

Emre SEZİCİ*, Ömer Zafer GÜVEN**

*Yrd. Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Germiyan Yerleşkesi, P.K. 43000, Kütahya.

E-posta: emre.sezici@dpu.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Germiyan Yerleşkesi, P.K. 43000, Kütahya.

E-posta: omerzafer.guven@dpu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 23 Temmuz 2016

Birinci düzeltme: 30 Eylül 2016

İkinci düzeltme: 2 Kasım 2016

Kabul: 10 Kasım 2016

Anahtar sözcükler: İstismarcı yönetici, Kaytarma, Duygusal tükenme, Otel işletmeleri.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 23 July 2016

Resubmitted: 30 September 2016

Resubmitted: 2 November 2016

Accepted: 10 November 2016

Key words: Abusive supervision, Loafing, Emotional exhaustion, Hotel businesses.

ÖZ

Bu çalışmada, istismarcı yönetici algısının, kaytarma üzerindeki doğrudan etkisi ve duygusal tükenmenin, istismarcı yönetici algısı ile kaytarma ilişkisi üzerindeki aracı etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda, Antalya iline bağlı Side-Manavgat ve Alanya bölgesinde faaliyet gösteren 13 otel işletmesinin (dört adet beş yıldızlı, yedi adet dört yıldızlı ve iki adet üç yıldızlı) ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek içecek departmanlarında çalışan 269 katılımcıdan elde edilen veriler analize dâhil edilmiştir. Kolayda örnekleme yönteminin tercih edildiği çalışmada verilerin analizinde, SPSS 16 ve Lisrel 8.51 paket programlarından yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda duygusal tükenmenin, istismarcı yönetici algısı ile kaytarma ilişkisinde kısmi aracı bir rolünün olduğu ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

The current study examines the direct effect of abusive supervision on workplace loafing and the mediator role of emotional exhaustion in the relationship between the perception of abusive supervision and workplace loafing. In this context, the analysis has been carried out based on the data obtained from the 269 employees who work in the front desk, house-keeping and food and beverage departments of 13 hotel firms operating in the region of Side-Manavgat-Alanya in Antalya Province. Convenience sampling that is among the non-random sampling methods has been preferred to obtain data in this study and SPSS 16 and Lisrel 8.51 software packages have been used for data analysis. The findings of the research demonstrate that emotional exhaustion has a slight mediating effect on the relationship between workplace loafing and abusive supervision.

GİRİŞ

Her geçen gün iş örgütlerinde yıkıcı olarak nitelendirilen kimi davranışlar üzerine odaklanılarak yapılan araştırmaların artmakta olan sayısı, aslında bir yönüyle yönetici ile çalışan arasındaki ilişkinin önemini vurgularken; diğer yönüyle

de istismarcı yönetici davranışlarının çalışanın algı ve tutumları üzerindeki etkisini gözler önüne sermeye çalışmaktadır (Tepper 2000; Harvey vd. 2007; Ülbeği vd. 2013; Özdevecioğlu vd. 2014; Üçok ve Turgut 2014; Sakal ve Yıldız 2015). Aslında pasif ya da şiddet içermeyen işyeri saldırganlığını konu alan ilk çalışmalar (Tepper 2000) bu fenomenin az tekrarlı ve düşük görülme sıklığına sahip olduğunu belirtmiş olsalar da; bu durumun, günümüze kadar yapılan araştırmalarla

* Bu çalışma, 29-31 Mayıs 2016 tarihleri arasında düzenlenen 24. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuş olan metnin, büyük ölçüde genişletilmesiyle üretilmiştir.

hiçte başlangıçta düşünüldüğü gibi olmadığı, gün geçtikçe görülme sıklığının düzenli olarak arttığı rapor edilmiştir (Burton ve Hoobler 2006; Harvey vd. 2007).

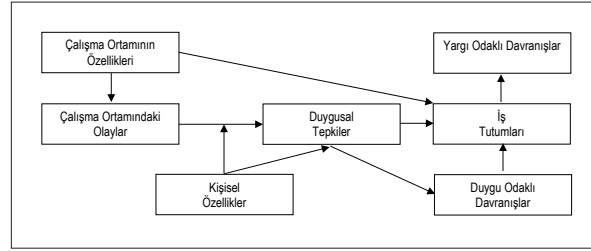
İstismarcı yönetici davranışları astın özyeterliliğini (Duffy vd. 2002), özsaygısını (Hobman, vd. 2009) ve özgüvenini (Harvey vd. 2007) azaltmakta, acizyet (Ashforth 1994), üzüntü, anksiyete yaşama ve depresyona girme (Tepper 2000; Hobman vd., 2009) riskini arttırmaktadır. Özellikle yönetici ile ast arasında yaşanan kişisel çatışmalara bağlı olarak ortaya çıkan istismarcı yönetici davranışının, duygusal tükenmeyi (Tepper 2000; Yagil 2006; Grandey vd. 2007; Tepper vd. 2007; Harvey vd. 2007 ve Wu ve Hu, 2009) ve kaytarmayı (Hmieleski ve Ensley 2007; Wei ve Si 2009; Kacmar vd. 2013) olumlu yönde yordadığı saptanmıştır. Aynı zamanda duygusal tükenme ile kaytarma davranışı arasındaki ilişkiyi konu alan önceki çalışmalara ilişkin bulgular (Wagner 1995; Bolton vd. 2012; Yeh 2015) alanyazında yer almaktadır.

Yerli ve yabancı alanyazında; istismarcı yönetici ve bu yönetim biçiminin iş örgütlerinde neden olduğu olumsuz sonuçları yukarıda ifade edilen değişkenlerin (duygusal tükenme ve kaytarma) tümünü bünyesinde toplayan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan araştırmanın bu alanda Türkiye’de var olan boşluğun doldurulmasında istismarcı yönetici algısının bireysel iş sonuçlarını (duygusal tükenme ve kaytarma) ortaya koyması bakımından, gerek bilim sahasına gerekse ilgili sektöre bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ALANYAZIN TARAMASI

Duygusal Olaylar Kuramı

Weiss ve Cropanzano (1996) tarafından geliştirilen “Duygusal Olaylar Kuramı”, iş örgütlerinde çalışanların duygu ve ruh hallerinin onların davranışları üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışmaktadır (Şekil 1). Duygusal Olaylar Kuramına göre iş tatmini, bireyin işine yönelik algısını ifade etmektedir ve tecrübe edinilen duygusal olaylar bireyin işine yönelik sahip olduğu bu algıyı değiştirebilmektedir.



Şekil 1. Duygusal Olaylar Kuramının Makro Yapısı

Kaynak: Weiss ve Cropanzano (1996: 12).

Bu kuram, iş ortamında tecrübe edinilen farklı özelliklere sahip olayların (olumlu ya da olumsuz) oluşturduğu duyguların temel bileşenleri, sebepleri ve sonuçları üzerinden kuramsal bir çerçeve oluşturmaya çalışmaktadır. Bu sayede iş ile ilgili bilişsel değerlendirmelerle işe yönelik duygusal tepkiler arasındaki ayrıma dikkat çekmektedir (Miner ve Hulin 2000: 2).

Sonuç itibarıyla çalışanların iş örgütlerinde sergilemiş oldukları davranışların ve tutumların altında sadece kişilik ve örgütsel özelliklerin bulunduğunu söylemek doğru olmayacaktır. Bu kuram Şekil 1’de de görüldüğü üzere, çalışanların iş örgütlerinde sergilemiş oldukları davranışların ve tutumların bir diğer belirleyicisi olarak iş ortamında deneyimledikleri duygusal olayların da etkisinin olduğunu ileri sürmektedir (Weiss ve Cropanzano 1996: 12).

Bu kuramdan hareketle, astın deneyimlediği duygusal olayların kaynağı olarak istismarcı yönetici algısının, duygusal tükenmişlik ve kaytarma davranışını arttırdığı ve duygusal tükenmişliğin, istismarcı yönetici algısı ile kaytarma arasında aracı rol oynadığı ileri sürülmektedir.

İstismarcı Yönetici

İş yerinde saldırganlığın bir türü olarak “istismarcı yönetici” kavramı; astın, yöneticisi tarafından fiziksel şiddet içermeyen fakat süreklilik arz edecek bir biçimde sözlü ve sözel olmayan düşmanca bir muameleye maruz kalma durumuna ilişkin öznel değerlendirmesi” (Tepper 2000: 178) şeklinde tanımlanmaktadır. Alanyazında bu tür davranışların nitelendirilmesi sadece “istismarcı yönetici” kavramıyla yapılmamıştır. İstismarcı yönetici kavramının içeriğine karşılık gelen ya da içeriğiyle ilintili davranışların nitelendirilme-

sinde kullanılan ve geniş çeşitliliğe sahip birçok kavram bulunmaktadır. Örneğin; “psikolojik yıldırma” (mobbing) (Zapf vd. 1996), “baltalayıcı yönetici” (supervisor undermining) (Duffy vd. 2002), “adi zorbalık” (petty tyranny) (Ashforth 1994), işyeri zorbalığı (workplace bullying) (Hovel ve Cooper 2001) gibi nitelendirici kavramların varlığı, haliyle alanyazında üzerinde fikir birliğine varılmış “astlarına kötü muamelede bulunan yönetici” tanımının yapılmasının önüne geçmektedir. Ancak bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde “istismarcı yönetici” (abusive supervision) (Tepper 2000; Harvey vd. 2007; Tepper vd. 2009; Ülbeği vd. 2013; Üçok ve Turgut 2014; Ülbeği vd. 2014; Sakal ve Yıldız 2015; Avunduk ve Yıldız 2016) kavramının daha önceki çalışmalarda daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

İstismarcı yönetici algısı ile astın olumsuz iş sonuçları arasındaki ilişki incelendiğinde ise; “sapkın davranışlar” (Tepper, vd. 2009; Thau ve Mitchell 2010; Liu vd. 2010; Üçok ve Turgut 2014), “işten ayrılma eğilimi” (Harvey vd. 2007; Wayne vd. 2008), “üretkenlik karşıtı iş davranışları” (Robinson ve Bennett 1995); “iş stresi” (Yagil 2006; Harvey vd. 2007), “istenmeyen zorunlu düşünceler” (Thau ve Mitchell 2010), “astların işlevsel olmayan direnç gösterme eğilimleri” (Tepper vd. 2001), “tükenmişlik” (Tepper 2000; Yagil 2006; Grandey vd. 2007; Tepper vd. 2007; Harvey vd. 2007; Wu ve Hu 2009) düzeyleri artmaktadır.

Harvey vd. (2007: 266)’ne göre, istismarcı yönetici algısı ile duygusal tükenme arasındaki ilişkiyi konu alan çoğu çalışma, bu durumun yönetici ile ast arasında yaşanan kişisel çatışmadan kaynaklandığını vurgulamaktadır. Kişilerarası (ast-üst) çatışma neticesinde yaşanan duygusal tükenme, istismarcı yöneticinin devamlılık arz edecek şekilde astının özsaygı ve özyeterliliğini hedef alan girişimlerine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Daha önceki çalışmalarda duygusal tükenme ile istismarcı yönetici algısı arasında olumlu yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir (Tepper 2000: 184; Harvey vd. 2007: 273). Bu noktada ast açısından yaşanan stresin kaynağı, öncelikle lider desteğinin kaybı olarak değerlendirilmelidir (Tepper 2000: 184).

Duygusal Tükenme

Hem bireysel hem de örgütsel pek çok faktörün kimi zaman öncülü ve kimi zamanda ardılı olan tükenmişlik, sonuçları itibari ile yönetilmesi gereken önemli bir fenomendir (Birdir ve Tepeci 2003: 95). Maslach ve Jackson’a (1981) göre tükenmişlik kişinin duygusal tükenme, duyarısızlaşma ve kişisel başarı hissinde azalma olmak üzere üç alt boyuta sahip psikolojik bir sendromdur. Duygusal tükenme, mesleki tükenmişliğin ve depresyonun anahtar bileşeni konumunda olup (Maslach ve Jackson 1981: 99) “bireysel stres boyutuna bağlı fiziksel ve duygusal yönden aşınmanın kronik bir hal alması” (Cropanzano vd. 2003: 160) olarak tanımlanmaktadır. Bu olgu, çalışanların kendilerini işlerine verememeleri ya da yardım isteyen kişilerin sorumluluklarını üstlenememeleri, engellenme ve gerginlik hissetmeleri, yorgunluk hissi, bedeni emareler, sinirlilik, depresyon ve aşırı alkol alımı ile karakterizedir. Sık rastlanan bir diğer emare, ertesi gün yeniden işe gitme korkusudur (Baysal 1995: 14). Dolayısıyla psikosomatik şikâyetler nedeniyle işe devamsızlık ve işten ayrılma gibi hem çalışan hem de örgüt açısından olumsuz bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Kaytarma

Kaytarma kavramı, bir ya da birden fazla grup üyesinin yapabilecekleri halde diğerlerinden daha az grup faaliyetlerine katkı yapmasına yönelik bir algıdır (Comer 1995: 648). Kaytarma, çalışanın iş yerinde karşılaştığı sorunlar karşısında bilinçli olarak çaba sarf etmemesi, geri çekilmesi, koşulları daha kötü hale getirecek sonuçları görmezden gelmesiyle ilgilidir. Bu durum psikolojik sözleşmenin tahribatı, iş doyumsuzluğu (Turnley ve Feldman 1999: 907), iş güvencesizliği, olumsuz yönetici tutumlarına ya da çalışma koşullarına (Davis-Blake vd. 2003: 486) bağlı olarak gelişen sorumsuzca davranışları ifade etmektedir.

Zayıf sorumluluk kişilik özelliklerine ya da iş ortamlarındaki olumsuzluklara bağlı olarak işinin resmi performans gereklerini ve iş tanımında belirlenmiş hususları zamanında ve olması gerektiği gibi yerine getirmeyen çalışanlar; işlerinden soğuyup devamsızlık yapmaya ve sanal

kaytarma eğilimi göstermeye (Köse vd. 2012: 291), çalışma saatleri içinde işlerine odaklanmak yerine işle ilgisi olmayan konularla ilgilenmeye (Rusbult vd. 1988: 601) yatkındırlar. İstismarcı yönetici algısı bir yönüyle çalışanların işe adanmışlıklarını ve motivasyonunu baltalamakta, işe yönelik genel tutumlarını olumsuz yönde etkilemektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi, süreç olarak aşağıdaki biçimde ele alınmıştır.

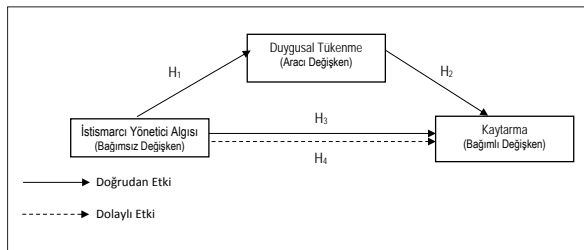
Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Çalışanlarda kaytarma girişimlerinin azaltılması ve bununla etkin mücadeleye yönelik tutum ve davranışların sergilenmesi ancak nedenlerinin doğru bir şekilde tespit edilmesiyle mümkündür. Bu kapsamda çalışmanın amacı, istismarcı yönetici algısının, kaytarma davranışının bir öncülü olduğu ve duygusal tükenmenin, istismarcı yönetici algısı ile kaytarma arasındaki ilişki üzerinde aracı bir etkisinin olabileceğinden hareketle otel işletmeleri çalışanlarında istismarcı yönetici algısı ile kaytarma ilişkisi ve bu ilişki üzerinde duygusal tükenmenin aracılık rolünü ampirik olarak belirlemektir (Şekil 2).

Alanyazın taramasında yer alan değişkenler ve bu değişkenler arasında önceden yapılan çalışmaların bulguları doğrultusunda çalışmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₁: İstismarcı yönetici algısı, duygusal tükenme üzerinde olumlu ve anlamlı bir etki yapmaktadır.

H₂: Duygusal tükenme, kaytarma üzerinde olumlu ve anlamlı bir etki yapmaktadır.



Şekil 2. Araştırma Modeli

H₃: İstismarcı yönetici algısı, kaytarma üzerinde olumlu ve anlamlı bir etki yapmaktadır.

H₄: İstismarcı yönetici algısı ile kaytarma arasındaki ilişkide duygusal tükenmenin aracılık rolü vardır.

Evren ve Örneklem

Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2015 yılı verilerine göre araştırma kapsamındaki bölgelerde 429 adet belgeli otel işletmesi faaliyet göstermekte olup, bunlardan 58 adedi üç yıldız, 143 adedi dört yıldız ve 146 adedi ise beş yıldızlı otel işletmelerinden oluşmaktadır. Çalışmanın evrenini, zaman ve maddi yetersizliklerden dolayı Ağustos-Eylül 2015 tarihlerinde Antalya il sınırları içinde Side-Manavgat ve Alanya bölgesinde faaliyet gösteren 13 otel işletmesinin (dört adet beş yıldızlı, yedi adet dört yıldızlı ve iki adet üç yıldızlı) ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek içecek departmanlarındaki çalışanlar oluşturmaktadır. Evrendeki işgören sayısını tespit etmek amacıyla araştırmanın yapıldığı 13 otel işletmesinin çalıştırdıkları işgören sayısına yönelik bilgiler ilgili otellerin İnsan Kaynakları departmanından elde edilmiş, bu otellerde yaklaşık 2100 işgören çalıştırıldığı, bu işgörenlerin yaklaşık 720 adedinin söz konusu departmanlarda görev yapan işgören olduğu, iş yoğunluğuna göre bu sayılarda değişiklikler olabileceği belirtilmiştir.

Araştırma kapsamına alınacak katılımcılar için hazırlanan 500 adet anketten, 287'sinin geri dönüşü olmuş, 18 anket analize uygun olmadığından dolayı değerlendirme dışı bırakılmış, geri kalan 269 anket ise değerlendirilmiştir, cevaplanma oranı yaklaşık %54'tür.

Ölçüm Araçları

Tepper (2000: 189-190) tarafından geliştirilen ve Ülbeği vd. (2014: 5) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "İstismarcı Yönetici Algısı Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek toplamda "Yöneticim geçmişteki hatalarımı yüzüme vurur", "Yöneticim işteki çabalarımı takdir etmez" gibi on beş maddeden oluşmakta ve her bir madde 1 ile 5 arası puanlanan (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Artan puanlar, istismarcı yönetici algısının yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Çalışmada Maslach ve Jackson (1981: 102) tarafından geliştirilen ve Ergin (1992: 143) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Maslach Tükenmişlik Envanterinin ilk boyutu olan "Duygusal Tükenme Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek toplamda "İşimden soğuduğumu hissediyorum", "İş dönüşü kendimi ruhen tükenmiş hissediyorum" gibi dokuz madde ve her bir maddesi 1 ile 5 arası puanlanan (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Artan puanlar duygusal tükenmenin yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Rusbult vd. (1988: 627) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Yaşın (2013: 9) tarafından uyarlanan "İş Doyumsuzluğuna Verilen Tepkiler Ölçeği"nin Kaytarma¹ boyutu kullanılmıştır. Ölçek toplamda "Yavaş çalışır ya da hatalar yaparım", "İşimin gereklerini tam yerine getirmem" gibi dört madde her bir madde 1 ile 5 arası puanlanan (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Kaytarma ölçeğinde artan puanlar, kaytarmanın yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Veri Toplama

İstismarcı yönetici gibi hassas bir konuda araştırma yapılacağı için herhangi bir kurumda anket yapılmasının çok zorlu bir süreci gerektireceğinin düşünülmesinden dolayı örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda çalışmaya katılmaya gönüllü olan katılımcılara, sektörde staj yapan öğrenciler aracılığıyla ulaşılmış ve veriler anket yöntemiyle müşteri ile yüz yüze iletişim kuran departmanlardaki işgörenlerden toplanmıştır. Ayrıca katılımcıların mevcut koşullar altında bağlı oldukları yönetici ile çalışma periyodunun altı aydan az olmamasına özen gösterilmiş ve altı aydan az bir süredir yöneticisi ile çalışmaya başladığını beyan eden katılımcıların anket formları araştırma kapsamına dâhil edilmemiştir. Bu sayede geri dönüşü sağlanan 287 anketten analize uygun olmadığı tespit edilen 18 anket çıkartılmış ve 269 anket analize tabi tutulmuştur.

¹ Alıntı yapılan çalışmada "Yokmuş Gibi Davranmak" başlığı altında isimlendirilen boyut, bu çalışmada "Kaytarma" olarak geçmektedir.

Analiz ve Bulgular

Araştırmada SPSS 16 ve Lisrel 8.51 paket programlarından yararlanılarak mevcut durumu analiz etmeye yönelik olarak yapılacak betimleyici analizlerin yanı sıra değişkenler arasındaki farklılıkları ve ilişkileri ortaya çıkarabilmek için hipotez testleri kullanılmıştır. Ayrıca keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleriyle birlikte yapısal eşitlik modellemesi gerçekleştirilmiştir. Son olarak Sobel testi yapılmıştır.

Örneklemin Kategorik Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamına alınan 269 katılımcının demografik özellikleri ise şu şekildedir: Katılımcılar cinsiyetleri bakımından değerlendirildiğinde %43,9'u kadın, %56,1'i erkeklerden oluşmaktadır. Toplam hizmet süresi açısından ise işgörenlerin %27,1'i 6 ay-5 yıl, %33,5'i 6-10 yıl, %14,5'i 11-15 yıl, %13,8'i 16-20 yıl ve %11,2'si 21 yıl ve üzeri çalıştığı tespit edilmiştir. Yaş düzeyleri bakımından, %27,9'u 20-29 yaş, %38,3'ü 30-39 yaş, %21,9'u 40-49 yaş ve %11,9'u 50 ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların eğitim düzeyleri açısından dağılımlarının ise İlkokul %11,5; Lise %43,5; Önlisans %33,1 ve Lisans %11,9 olduğu saptanmıştır. Katılımcılar çalıştıkları departman bakımından değerlendirildiğinde; %29,7'sinin Ön Büro, %32,7'sinin Kat Hizmetleri ve %37,5'inin ise Yiyecek İçecek departmanlarına bağlı olarak çalıştıkları tespit edilmiştir.

Faktör Analizleri

İstismarcı Yönetici Algısı Ölçeği, keşfedici faktör analiz sonuçlarına göre tek boyutludur. Kaiser-Mayer-Orkin (KMO) değeri ,972 olarak bulunmuş ve Bartlett normal dağılım test sonucu anlamlı ($p < 0,001$) çıkmıştır. Ölçeğin açıklayabildiği toplam varyans, %78,97'dir. Maddelerin faktör yükleri ,86 ile ,90 arasında değişmektedir. Ölçeğin faktör yapısının sağlanmasını yapmak için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucundan elde edilen değerler ($\Delta\chi^2/sd=2,65$; GFI=,90; NFI=,96; CFI=,97; RMSEA=,079; RMR=,01) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır.

Duygusal Tükenme Ölçeği, keşfedici faktör analiz sonuçlarına göre tek boyutludur. Kaiser-Mayer-Orkin (KMO) değeri ,933 olarak bulun-

muş ve Bartlett normal dağılım test sonucu anlamlı ($p < 0,001$) çıkmıştır. Maddelerin faktör yükleri ,74 ile ,88 arasında değişmektedir. Ölçeğin açıklayabildiği toplam varyans, %68,13'tür. Ölçeğin faktör yapısının sağlamasını yapmak için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucundan elde edilen değerler ($\Delta\chi^2/sd=1,58$; GFI=,97; NFI=,99; CFI=,99; RMSEA=,054; RMR=,042) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır.

Kaytarma Ölçeği, keşfedici faktör analiz sonuçlarına göre tek boyutludur. Kaiser-Mayer-Orkin(KMO) değeri ,739 olarak bulunmuş ve Bartlett normal dağılım test sonucu anlamlı ($p < 0,001$) çıkmıştır. Ölçeğin açıklayabildiği toplam varyans, %67,61'dir. Maddelerin faktör yükleri ,78 ile ,87 arasında değişmektedir. Ölçeğin faktör yapısının sağlamasını yapmak için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucundan elde edilen değerler ($\Delta\chi^2/sd=2,54$; GFI=,91; NFI=,92; CFI=,92; RMSEA=,080; RMR=,020) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır.

Ortak Yöntem Varyansı Analizi

Genellikle verinin tek bir kaynaktan toplanması ya da aynı anda farklı yapıları içeren ölçüm araçlarının aynı anda kullanılması, çeşitli yöntem ile ilgili sorunlara yol açmaktadır (Malhotra vd. 2006: 1865). Harman'ın tek faktör testi, ortak yöntem varyansı sapmasının olup olmadığını test etmek için kullanılan yöntemlerden biridir ve çalışmada kullanılan ölçeklere yönelik faktör analizi yapıldığında tüm faktörlerin tek ve genel bir faktörde toplanmaması gerektiğini ileri sürmektedir. (Podsakoff vd. 2003: 889). Bu çerçevede üç değişken ile ilgili toplam 28 ifadeyle döngüsüz faktör analizi gerçekleştirildiğinde tüm faktörleri temsil eden tek ve genel bir faktörün açıkladığı varyans %41,66'dır. Benzer şekilde faktör rotasyonlarının varimax yöntemi ile 90 derecelik rotasyonu sonucunda ortaya çıkan üç faktör, varyansın %71,78'ini açıklamakta ve birinci faktörün açıklamış olduğu varyans miktarı %38,72'dir. Elde edilen sonuçlar, çalışmada, ortak yöntem varyansı sorununun olmadığını göstermektedir.

Güvenirlilik ve Korelasyon Analizleri

Yapılan analizler sonucu değişkenlere ilişkin ortalamalar, standart sapma, güvenilirlik ve kore-

lasyon değerleri, Tablo 1'de verilmektedir. Değişkenlerin güvenirlilik katsayıları faktörlerin iç tutarlıklarını sağladıklarını göstermektedir (Gürüş ve Astar 2015: 283) ve İstismarcı Yönetici Algısı değişkeni için ,88; Duygusal Tükenme değişkeni için ,89 ve Kaytarma değişkeni için ,84 olup Cronbach Alpha ile hesaplanıp Tablo 1'de sunulmuştur. Değişkenler arası korelasyonlar incelendiğinde ise istismarcı yönetici algısı, duygusal tükenme ve kaytarma arasında doğru yönlü ve anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir.

Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırma hipotezlerinin Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak test edilmesine geçmeden önce, doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak ölçüm modeli oluşturulmuş ve değişkenler ile faktörler arasında bir uyum yani yüksek bir korelasyon olup olmadığı araştırılmıştır. Kovaryans matrisi ve Maksimum Benzerlik Tahmini (MLE) kullanılarak yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda bulunan parametre tahmin değerlerinin olumlu, 0,50 ile 0,99 değerleri arasında olması ve ayrıca teorik değerlerinin üzerinde t değerlerine sahip ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Doğrulayıcı faktör analiziyle ulaşılan değerler ($\Delta\chi^2=654,33$; $df=336$; $\Delta\chi^2/df=1,95$; RMSEA=0,059; GFI=,85; IFI=,95; NFI=,92; NNFI=,95; CFI=,95; RMR=,023) alanyazında genel kabul görmüş uyum istatistik referans değerleriyle (Şimşek 2007: 14) karşılaştırıldığında ele alınan kavramlara ilişkin uygun faktör yapısına ulaşıldığı görülmektedir.

Yapısal Eşitlik Modellemesi ile Modelin Test Edilmesi

Yukarıda bahsedilen doğrulayıcı faktör analizi ile modelin gerekli uyum değerleri sağlanmasından sonra, araştırma hipotezlerinin Yapısal Eşit-

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Ortalama, Standart Sapma, Korelasyon ve Güvenirlilik Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3
1 İstismarcı Yönetici Algısı	1,95	,56	(,88)		
2 Duygusal Tükenme	2,90	,51	,193**	(,89)	
3 Kaytarma	1,93	,46	,258**	,497**	(,84)

N=269 * $p < ,05$ ** $p < ,01$ Not: Parantez içindeki değerler Cronbach alfa güvenirlilik katsayısıdır.

lik Modeli kullanılarak test edilmesine geçilmiştir. Analiz için "Lisrel 8.51 for Windows" paket programı kullanılmış ve model parametrelerinin tahmininde, doğrulayıcı faktör analizinde kullanılan Maksimum Benzerlik Yöntemi (MLE) uygulanmıştır. Araştırma modelinde, istismarcı yönetici algısının, kaytarma üzerindeki doğrudan ve duygusal tükenme aracılığıyla etkisi araştırılacaktır. Aracılık etkisi Baron ve Kenny'nin (1986: 1176) ileri sürdüğü dört kıstasın sağlanmasına yönelik süreç temel alınarak gerçekleştirilecektir.

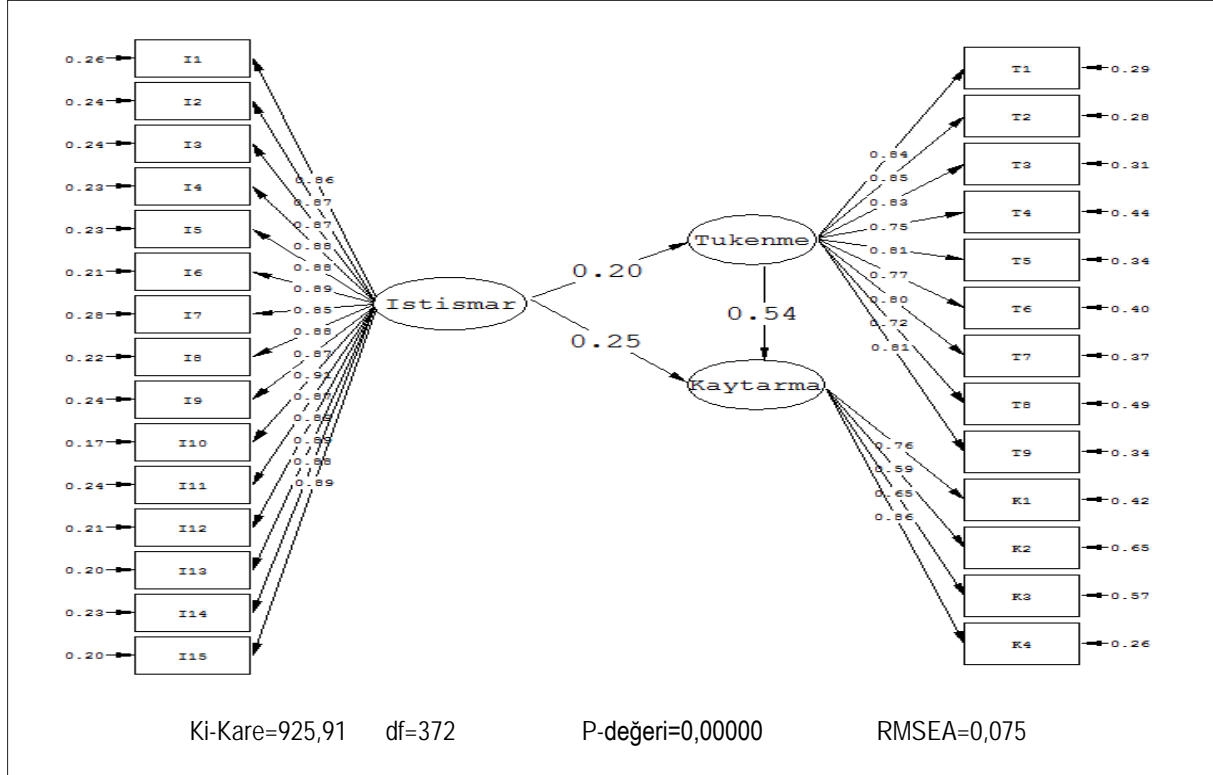
Öncelikle bağımsız değişken istismarcı yönetici algısının, aracı değişken duygusal tükenme üzerindeki etkiye bakılmış ve standart β katsayısı ,20 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca $p < 0,01$ ($R^2=0,04$) anlamlılık düzeyinde geçerli uyum değerlerine sahip olduğu ($\Delta\chi^2/df=2,69$; GFI=,89; IFI=,92; NFI=,89; NNFI=,92; CFI=,92; RMR=,040) görüldükten ve H1 hipotezi desteklendikten sonra ikinci aşamaya geçilmiştir.

İkinci olarak aracı değişken duygusal tükenmenin, bağımlı değişken kaytarma üzerindeki etkisine bakılmış ve standart β katsayısı ,60 ola-

rak saptanmıştır. Ayrıca $p < 0,01$ ($R^2=0,36$) anlamlılık düzeyinde geçerli uyum değerlerine sahip olduğu ($\Delta\chi^2/df=2,48$; GFI=,89; IFI=,93; NFI=,88; NNFI=,93; CFI=,93; RMR=,030) görüldükten ve H2 hipotezi desteklendikten sonra üçüncü aşamaya geçilmiştir.

Üçüncü basamakta ise bağımsız değişken istismarcı yönetici algısının, bağımlı değişken kaytarma üzerindeki etkisine bakılmış ve standart β katsayısı ,38 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca $p < 0,01$ ($R^2=0,14$) anlamlılık düzeyinde geçerli uyum değerlerine sahip olduğu ($\Delta\chi^2/df= 2,69$; GFI=,89; IFI=,92; NFI=,89; NNFI=,92; CFI=,92; RMR=,040) görüldükten ve H3 hipotezi kabul edildikten sonra son aşamaya geçilmiştir.

Şekil 3'te görülen yollar üzerindeki değerler, standart β katsayısıdır. Araştırma Modelinin, $p < 0,01$ ($R^2=0,41$) anlamlılık düzeyinde geçerli uyum değerlerine sahip olduğu ($\chi^2/df= 2,49$; GFI=,90; IFI=,93; NFI=,89; NNFI=,93; CFI=,93; RMR=,025) görülmüş ve H4 hipotezi kabul edilmiştir.



Şekil 3. Araştırma Modeli

Birinci basamakta istismarcı yönetici algısının, duygusal tükenmeyi anlamlı bir şekilde olumlu yönde yordadığı görülmektedir. İkinci basamağın tahmin sonucu ise duygusal tükenmenin anlamlı bir biçimde kaytarmayı arttırdığını göstermektedir. Aracılık etkisinin testinin üçüncü basamağında ise istismarcı yönetici algısının, kaytarmayı arttırma eğiliminde olduğu görülmektedir. Tahmin edilen Şekil 3'te ise aracı değişkenin, açıklayıcı değişken olarak modele dâhil edilmesiyle birlikte üçüncü basamakta elde edilen katsayının (0,38) azaldığı (0,25) görülmektedir ($p<0,01$). Buna göre istismarcı yönetici algısının kaytarma üzerindeki etkisi, duygusal tükenme aracılığıyla da gerçekleşmektedir. Bu nedenle sonuçlar, kısmi aracılık etkisini ortaya koymaktadır.

Bir aracılık etkisinin bulunması durumunda bu etkinin istatistikî olarak anlamlı olup olmadığının doğrulanması Sobel (1982: 299) testi aracılığıyla yapılmaktadır. Yapılan Sobel testine göre, duygusal tükenmenin aracılık etkisinin istatistikî olarak anlamlı olduğu doğrulanmıştır ($z=3,16$; Std.Hata=0,032; $p<0,01$).

SONUÇ

Çalışmada Antalya il sınırları içinde Side-Manaavgat ve Alanya bölgesinde faaliyet gösteren 13 otel işletmesinin (dört adet beş yıldızlı, yedi adet dört yıldızlı ve iki adet üç yıldızlı) ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek içecek departmanlarındaki çalışanların istismarcı yönetici algıları ile kaytarma düzeyleri arasındaki regresyon ilişkisinde duygusal tükenmenin aracılık etkisi incelenmiştir.

İstismarcı yönetici algısının, duygusal tükenme üzerinde olumlu yönlü bir etki yaptığı saptanmıştır. Buna göre yönetici ile ast arasında yaşanan olumsuzluklar, çalışanın işe olan adanmışlığını sistematik olarak köreltmekte, özsaygı ve özyeterliliğini baltalamakta dolayısıyla çalışanın kendini işe verememesine, gerginlik ve yorgunluk hissine bağlı olarak çeşitli psikolojik ve somatik semptomlarla karakterize olan duygusal tükenmeye neden olmaktadır. Elde edilen bu sonuç, yazındaki birçok çalışmanın bulgularıyla desteklenmektedir (Tepper 2000; Yagil 2006; Grandey vd. 2007; Tepper vd. 2007; Harvey vd. 2007; Wu ve Hu 2009).

Duygusal tükenmenin, kaytarma üzerinde olumlu yönlü bir etki yaptığı saptanmıştır. Buna göre bireysel stres boyutuna dayalı olarak fiziksel ve duygusal yönden deneyimlenen aşınmanın kronik bir hal alması, beraberinde çalışanların işlerine kendilerini tam olarak ver(e)memelerine, özentisiz çalışmalarına, sorunların çözümünü için aktif çaba göster(e)memelerine ve dolayısıyla var olan koşulların daha fazla kötüleşmesine neden olmaktadır. Elde edilen bu sonuç, yazındaki birçok çalışmanın bulgularıyla desteklenmektedir (Wagner 1995; Bolton vd. 2012; Yeh, 2015).

İstismarcı yönetici algısının, kaytarma davranışını arttırıcı yönlü bir etki yaptığı saptanmıştır. Buna göre istismarcı yöneticilerin, astlarla aktif iletişime girmemesi, astların kendi potansiyellerinin farkına varmalarını yerine işlevsel olmayan kişisel çatışmalar üzerinden kendilerini tanımlamaları, örgüt içinde astların kendilerini güvende hissetmelerini sağlayan girişim(ler)de bulunmamaları, çalışanların iş tanımlarında açık bir şekilde tanımlanmış performans göstergelerini layıkıyla yerine getir(e)memelerine neden olmaktadır. Elde edilen bu sonuç, yazındaki birçok çalışmanın bulgularıyla desteklenmektedir (Hmieleski ve Ensley 2007; Wei ve Si 2009; Kacmar vd. 2013).

İstismarcı yönetici algısı ile kaytarma arasındaki ilişkide duygusal tükenmenin kısmi aracılık rolü saptanmıştır. Buna göre, çalışanların istismarcı yönetici algılarına bağlı olarak ortaya çıkan kaytarma davranışları sadece duygusal tükenme üzerinden gerçekleşmemektedir. Bir başka deyişle astın istismarcı yönetici algısına bağlı olarak kaytarma davranışını sergilemesi için duygusal yönden tükenme de yaşıyor olmasına gerek yoktur. Ancak astın istismarcı yönetici algısı ile birlikte yaşamakta olduğu duygusal tükenmenin varlığı, kaytarma davranışı nispeten daha fazla sergilemesine zemin oluşturmaktadır. Bu bulgu uygulama açısından istismarcı yönetici algısının, otel işletmeleri ve çalışanları üzerindeki sonuçlarının duygusal tükenme ile birlikte küçümsenmemesi gerektiğini tezini kuvvetlendirmektedir. Bu noktada ast açısından yaşanan kaytarma davranışının varlığı, öncelikle lider desteğinin kaybı, sonrasında da duygusal tükenmişliğin sonuçları

olarak değerlendirilmelidir. Aynı zamanda yapılan analizler kuramsal açıdan otel işletmelerinde çalışanların iş örgütlerinde yaşamış oldukları olaylara bağlı olarak duygu ve ruh hallerinin bireyin işine yönelik algısının ve iş sonuçları üzerinde etkisinin olduğunu göstermektedir.

Çalışma, kesitsel bir araştırma olduğu ve kolayda örnekleme metodu kullanılarak yapıldığı için neden-sonuç çıkarımı ve bulgularının genellenabilirliği ile ilgili kısıtları mevcuttur.

TEŞEKKÜR

Verilerin toplanması sürecinde, araştırmaya katılım sağlayan tüm otel kurumlarına, yönetici ve çalışanlarına göstermiş oldukları ilgi ve anlayıştan dolayı teşekkür ediyoruz.

KAYNAKÇA

- Ashforth, B. E. (1994). Petty Tyranny in Organizations, *Human Relations*, 47: 755-778.
- Avunduk, Z. B. ve Yıldız, B. (2016). İstismarcı Yönetim Algısı ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Örgüt Temelli Özsaygının Moderator Etkisi. 15. *Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Özet Kitapçığı* (26 - 28 Mayıs 2016), İstanbul Üniversitesi, 15: 240-240.
- Baron, R. ve Kenny, D. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6): 1173-1182.
- Baysal, A. (1995). Lise ve Dengi Okul Öğretmenlerinde Meslekte Tükenmişliğe Etki Eden Faktörler, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Birdir, K. ve M. Tepeci (2003). Otel Genel Müdürlerinde Tükenmişlik Sendromu ve Tükenmişliğin Genel Müdürlerin İşlerini Bırakma Tutumlarına Etkileri, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2): 93-106.
- Bolton, L. R., Harvey, R. D., Grawitch, M. J. ve Barber, L. K. (2012). Counterproductive Work Behaviours in Response to Emotional Exhaustion: A Moderated Mediation Approach, *Stress and Health*, 28 (3): 222-233.
- Burton, J. P. ve Hoobler, J.M. (2006). Subordinate Self-Esteem and Abusive Supervision, *Journal of Managerial Issues*, 18: 340-355.
- Comer, D. R. (1995). A Model of Social Loafing in Real Work Groups, *Human Relations*, 48: 647-667.
- Cropanzano, R., Rupp, D. E. ve Byrne, Z. S. (2003). The Relationship of Emotional Exhaustion to Work Attitudes, Job Performance, and Organizational Citizenship Behaviors, *Journal of Applied Psychology*, 88: 160-169.
- Davis-Blake, A., Broschak, J. P. ve George, E. (2003). Happy Together? How Using Nonstandard Workers Affects Exit, Voice, and Loyalty among Standard Employees, *Academy of Management Journal*, 46 (4): 475-485.

- Duffy, M. K., Ganster, D. C. ve Pagon, M. (2002). Social Undermining in the Workplace, *Academy of Management Journal*, 45 331-351.
- Ergin, C. (1992). Doktor ve Hemşirelerde Tükenmişlik ve Maslach Tükenmişlik Ölçeğinin Uyarlanması, İçinde; Rüyeyde Bayraktar ve İhsan Dağ (Editörler) VII. *Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları* (ss. 143-154), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Grandey, A. A., Kern, J. ve Frone, M. (2007). Verbal Abuse from Outsiders Versus Insiders: Comparing Frequency, Impact on Emotional Exhaustion, and the Role of Emotional Labor, *Journal of Occupational Health Psychology*, 12: 63-79.
- Gürüş, S. ve Astar, M. (2015). *Bilimsel Araştırmalarda SPSS ile İstatistik*. İkinci Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Harvey, P., Stoner, J., Hochwarter, W. ve Kacmar, C. (2007). Coping with Abusive Supervision: The Neutralizing Effects of Ingratiation and Positive Affect on Negative Employee Outcomes, *The Leadership Quarterly*, 18: 264-280.
- Hmieleski, K. M. ve Ensley, M. D. (2007). The Effects of Entrepreneur Abusive Supervision, *Academy of Management Proceedings*, 1: 1-6.
- Hobman, E. V., Restubog, S. L. D., Bordia, P. ve Tang, R. L. (2009). Abusive Supervision in Advising Relationships: Investigating the Role of Social Support, *Applied Psychology: An International Review*, 58: 233-256.
- Hoel, H. ve Cooper, C. L. (2001). Origins of Bullying: Theoretical Frameworks for Explaining Workplace Bullying, İçinde; N. Tehrani (Editör), *Building a Culture of Respect: Managing Bullying at Work*, Londra: Taylor & Francis, 3-19.
- Kacmar, K. M., Whitman, M. V. ve Harris, K. J. (2013). The Lingering Impact of Abusive Supervision, *The Journal of Applied Management & Entrepreneurship*, 18 (3): 51-71.
- Köse, S., Oral, L. ve Türesin, H. (2012). İş Yaşamında Sosyal Kolaylaştırma Kavramı ve Sanal Kaytarma ile İlişkisi: Araştırma Görevlileri Üzerinde Bir Araştırma, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4 (1): 287-295.
- Liu, J., H.K. Kwan, L. W. ve W. Wu (2010). Abusive Supervision and Subordinate Supervisor-directed Deviance: The Moderating Role of Traditional Values and The Mediating Role of Revenge Cognitions, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83: 835-856.
- Malhotra, N.K., Kim, S.S. ve Patil, A. (2006). Common Method Variance in IS Research: A Comparison of Alternative Approaches and A Reanalysis of Past Research, *Management Science*, 52 (12): 1865-1883.
- Maslach C. ve Jackson S. E. (1981). The Measurement of Experienced Burnout, *Journal of Occupational Behaviour*, 2: 99-113.
- Miner, A. G. ve Hulin, C. L. (2000). Affect, Attitude, Behavior Links in Affective Events Theory, *Second International Conference On Emotions in Organizational Life*, Toronto, 10: 1-13.
- Özdevecioğlu, M., Akın, M., Karaca, M. ve İştahlı, B. (2014). Kötü Niyetli Yönetim Algularının Çalışanların Performansları Üzerindeki Etkisinde Duygusal Zekânın Rolü, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4 (1): 1-18.

- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Podsakoff, N. P. ve Lee, J.-Y. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies, *Journal of Applied Psychology*, 88 (5): 879-903.
- Robinson, S. L. ve Bennett, R. J. (1995). A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study, *Academy of Management Journal*, 38: 555-572.
- Rusbult, C. E., Farrel D., Rogers G. ve Mainous III A. G. (1988). Impact of Exchange Variables on Exit, Voice, Loyalty and Neglect: An Integrative Model of Responses to Declining Job Satisfaction, *Academy of Management Journal*, 31 (3): 599-627.
- Sakal, Ö. ve Yıldız, S. (2015). İstismarcı Yönetim Algısı ile Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkide Güç Mesafesi ve Örgütsel Tabanlı Benlik Saygısı Değişkenlerinin Rolü, 3. Örgütsel Davranış Kongresi (6-7 Kasım 2015) Bildiriler Kitabı, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, 389-395.
- Sezici, E. (2016). İzleyicilerin Yıkıcı Liderlik Algısı ve Sonuçları, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 47: 106-121.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models, *Sociological Methodology*, 13: 290-312.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- Tepper, B. J. (2000). Consequences of Abusive Supervision, *Academy of Management Journal*, 43 (2): 178-190.
- Tepper, B. J. (2007). Abusive Supervision in Work Organizations: Review, Synthesis, and Research Agenda, *Journal of Management*, 33: 261-289.
- Tepper, B. J., Carr, J. C., Breaux, D. M., Geider, S., Hu, C. ve Hua, W. (2009). Abusive Supervision, Intentions to Quit, and Employees' Workplace Deviance: A Power/Dependence Analysis, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 109: 156-167.
- Tepper, B. J., Duffy, M. K. ve Shaw, J. D. (2001). Personality Moderators of the Relationships between Abusive Supervision and Subordinates' Resistance, *Journal of Applied Psychology*, 86: 974-983.
- Thau, S. ve Mitchell, M. S. (2010). Self-gain or Self-regulation Impairment? Tests of Competing Explanations of the Supervisor Abuse and Employee Deviance Relationship through Perceptions of Distributive Justice, *Journal of Applied Psychology*, 95: 1009-1031.
- Turnley, W. H. ve Feldman, D. C. (1999). The Impact of Psychological Contract Violations on Exit, Voice, Loyalty and Neglect, *Human Relations*, 52 (7): 895-922.
- Üçok, D. ve Turgut, T. (2014). İstismarcı Yönetici Davranışının İşyerindeki Sapkın Davranışlar Üzerindeki Rolü, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9 (3): 163-179.
- Ülbeği, İ. D., Özgen, H. M. ve Özgen, H. (2013). Örgütsel Ortamda İstismarcı Yönetim ve İzlenim Yönetimi Üzerine Bir Araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (2): 1-14.
- Ülbeği, İ. D., Özgen, H. M. ve Özgen, H. (2014). Türkiye'de İstismarcı Yönetim Ölçeğinin Uyarlaması: Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (1): 1-12.
- Wagner, J. A. (1995). Studies of Individualism-Collectivism: Effects on Cooperation in Groups, *Academy of Management Journal*, 38 (1): 152-173.
- Wayne, S. J., Hoobler, J. M., Marinova, S. ve Johnson, M. M. (2008). Abusive Behavior: Trickle-Down Effects Beyond the Dyad, *Academy of Management Proceedings*, 1-6.
- Wei, F. ve Si, S. (2013). Tit for Tat? Abusive Supervision and Counterproductive Work Behaviors: The Moderating Effects of Locus of Control and Perceived Mobility, *Asia Pacific Journal of Management*, 30 (1): 281-296.
- Weiss, H. M. ve R. Cropanzano (1996). Affective Events Theory: A Theoretical Discussion Of The Structure, Causes And Consequences Of Affective Experiences At Work, *Research in Organizational Behavior*, 18 (1): 1-79.
- Wu, T. ve Hu, C. (2009). Abusive Supervision and Employee Emotional Exhaustion: Dispositional Antecedents and Boundaries, *Group & Organization Management*, 34: 143-169.
- Yagil, D. (2006). The Relationship of Abusive and Supportive Workplace Supervision to Employee Burnout and Upward Influence Tactics, *Journal of Emotional Abuse*, 6: 49-65.
- Yaşın, F. (2013). İş Doyumsuzluğuna Verilen Tepkiler Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, *Nesne*, 1 (2): 1-20.
- Yeh, C-W. (2015). Relationships among Social Loafing, Negative Mood, Emotional Exhaustion and Service Performance: Transformational Leadership as Moderators, *Journal of Human Resource Management*, 15 (1): 55-86.
- Zapf, D., Knorz, C. ve Kulla, M. (1996). On the Relationship between Mobbing Factors, and Job Content, Social Work Environment, and Health Outcomes, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5: 215-37.



Emre SEZİCİ

Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünden mezun oldu (1999). Yüksek Lisans derecesini Dumlupınar Üniversitesi'nden Yönetim ve Organizasyon dalından (2001), Doktora derecesini de Dumlupınar Üniversitesi'nden İşletme dalından aldı (2008). Dumlupınar Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2000). Halen Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Yönetim Psikolojisi ve Örgütsel Davranış'dır.



Ömer Zafer GÜVEN

Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulundan mezun oldu (1991). Yüksek Lisans derecesini Balıkesir Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından (2002), Doktora derecesini de Dumlupınar Üniversitesi'nden İşletme dalından aldı (2007). Dumlupınar Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1997). Halen Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Turizm Pazarlama, Yönetim ve Sağlık Turizmi'dir.

Uçuş Deneyiminde Müşterilerarası Etkileşimler: Kritik Olaylar Tekniği İle Bir Durum Analizi

Customer-to-Customer Interactions on Flight Experience: A Situation Analysis by Critical Incidents Technique

Meltem CABER*

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Dumlupınar Bulvarı, 07058, Kampüs, Antalya.

E-posta: meltemcaber@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 23 Haziran 2016

Düzeltilme: 5 Eylül 2016

Kabul: 7 Ekim 2016

Anahtar sözcükler: Müşterilerarası etkileşim, Kritik olaylar tekniği, Uçuş deneyimi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 23 June 2016

Resubmitted: 5 September 2016

Accepted: 7 October 2016

Key words: Customer interactions, Critical incidents technique, Flight experience.

ÖZ

Turizm sektöründe iş süreçleri ve hizmet sunumları personel, müşteri ve çevre arasındaki yakın ilişki ve etkileşimler ile gerçekleştirilmektedir. İlgili alanyazında personel ve müşteri arasındaki ilişkileri ele alan çok sayıda çalışmanın aksine, müşterilerin diğer müşterilerle olan etkileşimini inceleyen araştırmaların sayısı halen sınırlıdır. Bu çalışmada havayolu işletmeleri örneğinde müşterilerin uçuş deneyimlerini olumlu veya olumsuz yönde etkileyen ve diğer müşterilerden kaynaklanan kritik olaylar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Antalya şehir turuna katılan 206 yerli turistten açık-uçlu soru formu ile 478 adet kritik olay elde edilmiştir. Bu olaylar önce olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kategoriye ayrılmış, daha sonra her iki kategoride yer alan kritik olayların nitelikleri uçuş deneyimindeki 'biniş', 'uçuş' ve 'iniş' şeklindeki üç temel sürece bağlı olarak karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar, olumsuz müşterilerarası etkileşimlerin, olumlu etkileşimlerden daha fazla sayıda olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, havayolu işletmelerinin özellikle olumsuz müşterilerarası etkileşimleri tespit etmeleri ve yaşanan sorunları çözüme kavuşturmaları işletme başarıları açısından gereklidir.

ABSTRACT

Work processes and service offerings in tourism sector are performed by close relationships and interactions among the staff, customer and environment. In the related literature, in spite of numerous studies about the staff and customer interactions, number of the research that investigates the interactions of the customers with other customers is still limited. In this study, it was aimed to identify the critical incidents which positively or negatively impact customers' flight experience and are originated from other customers in the sample of airway companies. With this purpose, 478 critical incidents were obtained by an open-ended style questionnaire from 206 domestic tourists who had participated Antalya city tour. These incidents were firstly categorized as positive and negative; then the characteristics of the incidents in both categories were compared to each other by relying on three main process of flight experience, which are 'boarding', 'flight' and 'landing'. The obtained results showed that number of the negative customer interactions was higher than positive interactions. Thus, it is necessary for airway companies to identify negative customer interactions particularly and to solve the occurred problems for their business success.

GİRİŞ

Pine ve Gilmore (1999) hizmet işletmelerinin 'tedarik odaklı' yaklaşımları terk ederek, müşterileri hafızasında yer eden tüketim tecrübeleri yaratmaya odaklanmaları gerektiğini savunmuş ve hizmet işletmelerinin birer tiyatro gibi 'sahneledikleri' performanslar ile 'deneyimsel ekonomi'yi yarattıklarına dikkat çekmiştir. Buna göre işletmeler, müşterilere değerli, yüksek kaliteli, unutulmaz ve memnuniyet yaratan hizmetler sunmak zorundadırlar. Özellikle turizm işletmeleri tarafından sunulan hizmetlerin müşteriler

üzerinde duygusal ve deneyimsel reaksiyonlar yaratma potansiyelleri yüksektir (Otto ve Ritchie 1996).

Esasen turizm faaliyetleri esnasında yaşanan çok sayıda ve yakın sosyal etkileşimin müşterileri ya 'sosyal kolaylaştırma' (social facilitation) olarak adlandırılan olumlu deneyimlere (kuyrukta beklerken başkalarıyla sohbet etmenin bekleme toleransını arttırması, grup halindeki müşterilerin yalnız kişilere kıyasla yeme-içme, alışveriş merkezi gibi işletmelerde geçirdikleri ortalama sürenin ve yaptıkları aktivitelerin daha fazla

olması gibi) ya da 'sosyal müdahale' (social intrusion) adı verilen olumsuz deneyimlere (sigara içenlerin, yüksek sesle konuşanların, kalabalığın yol açtığı rahatsızlık hissi gibi) sevk edeceği öngörülmektedir (Baker ve Cameron 1996).

Araştırmacılar turizm deneyimine yön veren çeşitli sosyal etkileşimleri işletme, personel ve diğer müşteriler olmak üzere üç boyutta ele alarak, müşteri davranışlarını açıklamaya çalışmaktadırlar. Ancak mevcut alanyazında müşteri-personel etkileşimlerini ele alan çok sayıdaki çalışmaya karşılık, müşterilerarası etkileşimleri inceleyen çalışmaların sayısı sınırlıdır (Zhang, Beatty ve Mothersbaugh 2010; Yoo, Arnold ve Frankwick 2012). Mevcut araştırma sonuçları ise müşterilerin diğer müşterilerle olan olumlu ve olumsuz etkileşimlerinin hizmet işletmesine yönelik değerlendirmeleri (Mourali 2003; Miao ve Mattila 2013), memnuniyeti (Wu 2007; Huang 2008) ve tekrar gelme/satın alma niyetini (Martin ve Pranter 1989) doğrudan etkilediğini göstermektedir. Bu açıdan Palmer'ın da (2005) belirttiği gibi müşterilerarası etkileşimleri anlayabilmek; diğer müşterileri olumlu veya olumsuz şekilde etkileyen müşterilerin başlıca niteliklerini belirleyebilmek önemlidir. Bu sayede işletmeler açısından gerçekleştirilmesi istenen veya beklenen müşteri davranışlarının yönetilebilmesi ve olumlu müşterilerarası etkileşimlerden fayda sağlanabilmesi mümkündür.

Bu çalışmada, havayolu işletmeleri örneğinde bir durum analizi yapılarak müşterilerin uçuş deneyimlerini etkileyen başlıca müşterilerarası etkileşimlerin kritik olaylar yöntemi vasıtasıyla tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, ilk olarak ilgili alanyazına ait bir özet sunulmuştur. İzleyen bölümlerde araştırma yöntemi açıklanarak elde edilen sonuçlar tartışılmıştır. Son olarak çalışmanın başlıca kısıtları ve ileride yapılabilecek araştırmalara dair bazı öneriler sunulmuştur.

ALANYAZIN TARAMASI

Müşterilerarası Etkileşimler

1970'li yılların ortasından itibaren müşteri hizmet algısı üzerinde diğer müşterilerin davranışlarının da etkili olduğu anlaşılmaya başlanmıştır (Nicholls 2011). Hizmet pazarlaması alan-

yazınında müşterilerarası etkileşimleri ele alan ve açıklayan başlıca iki model öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki Langeard, Bateson, Lovelock ve Eiglier'in (1981) Hizmetlerin Üretimi Modeli'dir (Servuction Model). Model, işletmelerin ön ve arka planlarında üretilen birbirlerini destekler yapıdaki mal ve hizmetlerin her aşamasında işletme, personel, müşteri ve müşterilerarası birçok etkileşimin gerçekleştiğini yansıtmaktadır. Bu modele göre, müşterilerin genel hizmet algısı hem arka planda üretilen mal ve hizmetlerden hem de ön planda görülen fiziki çevre, personel ve diğer müşterilerden etkilenecek şekilde şekillenmektedir. Temel olarak hizmet işletmelerinde müşteri-personel, müşteri-hizmet ortamı ve müşterilerarası olmak üzere üç farklı etkileşim şeklinin söz konusu olduğu kabul edilmektedir (Wu 2008).

İkinci model, Bitner'in (1992) öne sürdüğü Hizmet Alanı Modeli'dir (Servicescape Model). Bu yaklaşımda hizmet işletmelerinde bulunan müşteri, personel ve çevre faktörleri arasındaki ilişkinin ve etkileşimin önemi vurgulanmakta; hem müşterilerin hem de hizmet işletmelerindeki personelin izlenimlerini ve davranışlarını etkileyen çevre faktörleri ele alınmaktadır. Modele göre, hizmet çevresi sadece fiziki unsurlardan oluşmamakta, aynı zamanda genel atmosferi oluşturan insanları da kapsamaktadır. Bu nedenle sosyal etkileşimler çevresel uyaranların şekil almış hallerinden ziyade, müşteri-personel-çevre arasındaki ilişkilerin bir çıktısı olarak görülmelidir (Tombs ve McColl-Kennedy 2003). Günümüzde müşterilerin diğer müşterilerle olan etkileşimleri ve ilişkileri turizm alanyazını açısından bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Uluslararası alanyazında müşteri-müşteri etkileşimi (customer-to-customer interaction: CCI) veya diğer müşterilerin etkisi (influence of other customers) şeklinde kullanılan ve bu çalışmada 'müşterilerarası etkileşim' şeklinde ele alınan kavram; aynı zaman ve ortamda hizmet alan müşteriler arasında gerçekleşen "karşılıklı konuşmalar, konumsal değişimler, tavırlar, fiziki temas ve benzeri gözlemlenebilir davranışlara yol açabilen sosyal bir süreç" olarak tanımlanmaktadır (Davies, Baron ve Harris 1999).

Müşterilerarası etkileşim kavramı hizmet sektörünün birçok alanında söz konusu olan yakın

sosyal ilişkilerden kaynaklanan ve müşterileri hizmet kalitesi, işletme imajı, davranışsal niyet gibi önemli değişkenleri etkileyen bir konudur. Nitekim Söderlund'un (2011) yaptığı deneysel bir araştırmada katılımcıların geliştirilen senaryoya bağlı olarak sırasıyla bir restoranda yemek yemeleri, bir mağazayı gezmeleri ve sinemaya gitmeleri sağlanmıştır. Bu çalışma sonucunda aynı ortamda bulunan müşterilerin diğer müşterilerin bir işletmeye yönelik genel değerlendirmeleri üzerinde etki sahibi oldukları görülmüştür. Bir başka çalışmada, yakın sosyal ilişkilerin söz konusu olduğu kuaför salonlarını inceleyen Moore, Moore ve Capella (2005), müşteri sadakati ve tavsiye etme davranışı üzerinde rol oynayan müşterilerarası ilişkilerin atmosferden etkilendiğini göstermiştir. Huang (2008) Kuzey Tayvan'daki bir alışveriş merkezinde gerçekleştirdiği çalışmada, katılımcıların alışveriş deneyimleri üzerinde başka müşterilerden kaynaklanan olumsuz olayların etkisini araştırmıştır. Elde ettiği sonuçlar müşterilerin hizmet değerlendirmelerinin sadece diğer müşterilerin olumsuz davranışlarından etkilenmediğini, aynı zamanda bu tür davranışlar karşısında işletme personelinin gösterdiği reaksiyonun da müşteriler açısından önem taşıdığını yansıtmıştır.

Yi, Gong ve Lee (2013) bir işletmeye yönelik yüksek vatandaşlık davranışında bulunan müşterilerin diğer müşterileri etkileyerek, onları da benzer davranışlara sevk edebileceğini göstermiştir. McGrath ve Otnes (1995), gözlem, görüşme ve katılımcıyla birlikte alışveriş gibi teknikler kullanarak, farklı hizmet alanlarında diğer müşterilerin etkisini belirlemeye çalışmıştır. Elde edilen sonuçlar etkileşimde bulunulan müşteri gruplarının üçe ayrılabilirliğini (yardım arayan, takip eden, zarar veren) göstermiştir. Yakın bir zamanda Brocato, Voorhees ve Baker (2012) tarafından müşterilerarası etkileşimleri ölçümlenebilmek amacıyla geliştirilmiş olan üç boyutlu (benzerlik, fiziki görünüş ve uygun davranış) 'Diğer Müşteri Algısı' (Other Customer Perception: OCP) ölçeği, müşterilerarası etkileşimlerin hizmet kalitesi algısını ve davranışsal niyeti belirlediğini göstermiştir.

Turizm İşletmelerinde Müşterilerarası Etkileşimler

Hizmet pazarlaması ile ilgili alanyazında 1970'li yıllardan beri ele alınan müşterilerarası etkileşim kavramının 1990'lı yıllardan itibaren turizm işletmeciliği alanına uyarlanmaya başlandığı ve gerçekleştirilen çalışmaların sayısında artış yaşandığı görülmektedir. Örneğin, Bitner, Booms ve Mohr'ın çalışmasında (1994) havayolu, otel ve yeme-içme işletmelerinde müşterileri rahatsız eden olayların %22'sinin diğer müşterilerden kaynaklandığı görülmüştür. Grove ve Fisk (1997) tarafından yapılan bir araştırmaya katılan 486 kişiden 276'sı (%56,8) ise kendileri ile aynı yerde ve zamanda hizmet alan müşterilerin bir turizm aktivitesinden edindikleri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği doğrudan etkilediğini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar, turizm sektörü ve bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler açısından müşterilerarası etkileşimin yapısının ve etkilerinin anlaşılabilir, stratejik amaçlara göre yönlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Turizm alanyazında yer alan sınırlı sayıda araştırılardan biri, Wu'nun (2007) seyahat esnasında müşterilerarası etkileşim algısını şekillendiren başlıca olayları tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmadır. Elde edilen sonuçlar altı faktörün (protokol ve sosyal içerikli olaylar; şiddet veya hoşnutsuzluk yaratan olaylar; yakışsız davranışlar; terbiyesizlik; saygısızlık) bu hususta rol oynadığını göstermiştir. Aynı araştırmanın bulgularına göre şiddet veya hoşnutsuzluk yaratan olaylar müşteri memnuniyetini olumsuz yönde etkilerken, yakınlık kurulan kişilerin yapmış olduğu değerlendirmeler memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

Bir başka çalışmada, Nicholls (2011) uzman görüşlerine dayanarak konaklama işletmelerinde gerçekleşen müşterilerarası etkileşimlerde kültürel farklılıklardan kaynaklanan olumlu ve olumsuz hususları kavramsal açıdan ele almıştır. İlgili araştırmacı, otel yöneticilerinin müşterilerarası kültürel farklılıkların olumsuzluklara yol açacağına inandıklarını tespit etmiştir. Ancak otel yöneticileri müşterilerarası etkileşimlerin ve kültürel farklılıkların ortaya çıkaracağı bazı olumlu sonuçları iyi bir şekilde yönetmeleri halinde başarılı olabileceklerini de belirtmişlerdir. Kim ve Lee

(2012) ise yeme-içme işletmelerinde diğer müşterilerin etkisini senaryoya dayalı bir araştırma ile inceleyerek, 'diğer müşteriler' kavramının altı özellikten oluştuğunu (yaş, cinsiyet, görünüm, giyim, sayı ve kamusal davranış) ortaya koymuştur. Ayrıca ilgili araştırmacılar işletmelerin müşterileri memnuniyetini sağlamak için farklı motivasyona veya algılanan riske sahip müşteriler için özel stratejiler geliştirmesi gerektiğini belirtmiştir. Görüldüğü üzere turizm alanyazınında müşterilerarası etkileşimler henüz seyahat, konaklama ve yeme-içme işletmelerinde yapılmış sınırlı sayıdaki çalışmaya dayanmaktadır. Bu nedenle, ilgili alanyazında müşterilerarası etkileşimlere yönelik akademik ilginin ve gerçekleştirilen araştırmaların sayısının artması, turizm sektörünün gelişimine önemli katkılar yapabilecektir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Kritik Olaylar Tekniği

Kritik olaylar tekniği, genellikle bir sistem içerisinde herhangi bir sorun meydana geldiğinde, bunu ortaya çıkaran başlıca nedenlerin ortaya konulması amacıyla kullanılmaktadır (The Usability Body of Knowledge 2012). Bu teknik, aynı zamanda sorunun ortaya çıkmasını önleyen, kayıpları veya hataları azaltan yan unsurların tespiti için de yararlıdır. Araştırmacılar kritik olaylar tekniğini çoğunlukla hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, hataların telafisi, personel davranışının müşteriler üzerindeki etkisinin tespiti gibi konularda kullanmışlardır (Öztürk 2000).

Başarılı bir kritik olaylar tekniği uygulaması yapılabilmesi için birtakım prensiplere uyulması şarttır. Flanagan'a (1954) göre bu prensipler: hazırlık aşamasında sadece istenen niteliklere sahip katılımcıların hedef alınması; veri toplama aşamasında açık ve anlaşılır bir biçimde katılımcılara yöneltilmiş olan araştırma sorusuna odaklanılması; analiz aşamasında kritik olayların araştırmacılar tarafından tarafsız bir bakış açısıyla incelenerek kategorilerin oluşturulması ve bu kategorilerin en az iki bağımsız araştırmacı tarafından teyit edilmesi şeklinde sıralanabilir. Araştırma katılımcıları belli bir deneyimi veya sorunu yaşamış kişilerden, bu sorunun yaşandığını gözlemleyen diğer kişilerden veya işletmelerin

ilgili bölümde çalışan uzman personelden oluşabilmektedir (The Usability Body of Knowledge 2012). Bu kişilerin yanı sıra paydaş işletmelerin veya denetim kuruluşlarının verdiği bilgilerden de yararlanılabilmektedir. Mülakat, form doldurma veya grup görüşmeleri yoluyla katılımcıların soruna veya yaşanan deneyime dair detaylı görüşleri elde edilerek, toplanan bilgiler bir veritabanında veya yapılandırılmış bir dosyada kayıt altına alınmaktadır. Çalışmanın kapsamına göre bir veya daha fazla sayıda araştırmacı tarafından yürütülen ve genellikle birkaç haftalık çalışma sürecinin sonunda elde edilen kritik olaylar, gerçekleşme veya bahsedilme sıklıklarına, hangi soruna bağlı olduklarına, hangi unsurlarla bağlantılı olduklarına ve benzeri kriterlere göre kategorilere ayrılmaktadır. Bu şekilde bir soruna yol açan başlıca nedenler, bunların bağlantılı olduğu diğer unsurlar tespit edilmekte; sistem ya da hizmet iyileştirmeleri için öncelikle ele alınması gereken konu başlıkları ortaya konulmuş olmaktadır.

Hizmet pazarlaması alanında kritik olaylar tekniğini uygulayan birçok araştırmacı, açık uçlu soru formları kullanarak müşterilerin daha önce yaşamış oldukları olumlu ve olumsuz olayları kısa hikâyeler şeklinde aktarmalarına olanak sağlamakta, bu şekilde hizmet sunumunda ortaya çıkan başlıca sorunları tespit edebilmektedir. Bu yolla müşterilerin en iyi hatırladıkları geçmiş deneyimleri ve bu deneyimlerini olumlu veya olumsuz yönde etkileyen hususların tespiti mümkün olmaktadır.

Kritik olaylar yöntemi, müşterilerarası ilişkilerin incelendiği az sayıda çalışmada da kullanılmıştır. Örneğin, bu tekniği kullanarak 15 farklı hizmet alanı ile ilgili 75 katılımcıdan toplam 142 kritik olay elde eden Zhang, Beatty ve Mothersbaugh (2010), müşterilerarası etkileşimlerde olumlu veya olumsuz etkiye sahip olan ana hususların, doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki alt boyuta sahip olduğunu tespit etmiştir. İlgili araştırmacılar bu etkileşimlerin: hizmet deneyiminin merkezinde, ilave ve ilgisiz olmak üzere üç kategoriye ayrılabilirliğini; farklı hizmet alanları için bu kategorilerin değişebileceğini göstermişlerdir. Yan ve Lotz (2004) tarafından gerçekleştirilen bir

başka araştırmada 97 katılımcıdan elde edilen ve farklı hizmet alanlarına ait toplam 70 kritik olay incelenerek, müşteri şikâyet etme eğiliminin diğer müşterilerin mekândaki mevcudiyetlerinden etkilenip etkilenmediği ele alınmıştır. Sonuçlara göre, diğer müşterilerin hizmet alanındaki fiziki mevcudiyeti, müşterilerin şikâyet etme eğilimlerini artırıcı bir etkiye sahiptir.

Alan Araştırması

Bu çalışmanın alan araştırması, Antalya'ya gelen yerli turistlere yönelik yarı-yapılandırılmış bir yüzyüze anket uygulamasına dayanmaktadır. Veri, yerel bir seyahat acentesi ile işbirliği kurularak, kolayda örneklem yoluyla Mayıs-Haziran 2015 döneminde Antalya, şehir turuna katılan 206 katılımcıdan elde edilmiştir. Sezer ve Şahin'in (2015) belirttiği gibi kritik olaylar tekniğinde her ne kadar Twelker (2003), asgari olay sayısını 50 olarak önermekte ise de bu sayı araştırma sorusunun karmaşıklığına göre değişebilmekte olup, belli bir tutarlılığa ulaşıldıktan sonra veri toplama çalışmasının durdurulması önerilmektedir. Bu çalışmada katılımcılardan yeterli çeşitlilik ve sayıda kritik olay edinildiği için 206 anket geri dönüşü araştırma amaçlarının sağlanması için yeterli kabul edilmiştir.

Soru Formu

Soru formunda katılımcıların başlıca demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuk sayısı ve meslek) ortaya koyan kapalı uçlu soruların yanı sıra, katılımcıların 'uçak yolculukları esnasında diğer yolculardan kaynaklanan nedenlerle yaşadıkları olumlu ve olumsuz hatıralarını kısa bir biçimde yazmaları' için açık uçlu bir soru da yer almıştır. Yöneltilen bu soruya katılımcıların en az bir, en fazla üç deneyimini yazmasına olanak sağlayacak, iki ayrı sütundan (olumlu deneyim - olumsuz deneyim olmak üzere) oluşan bir alan bırakılmıştır.

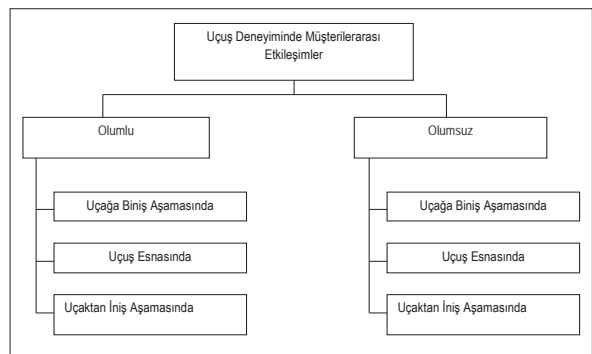
Analiz

Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar araştırmacı tarafından okunarak, ilk aşamada olumlu ve olumsuz deneyimler olmak üzere iki ana kategori altında sınıflandırılmıştır. Bu aşamada diğer müşterilerle ilgisi bulunmayan ve genellikle

uçak şirketi veya tanıdık kişilerle (arkadaş, akraba, iş arkadaşı gibi) ilgili olan deneyimler değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bu aşama sonucunda elde edilmiş olan 'olumlu' kritik olay sayısı 157, 'olumsuz' kritik olay sayısı 321 olmuştur. İzleyen aşamada, hem olumlu hem de olumsuz deneyimler uçuş deneyiminin üç temel aşamasından (biniş-uçuş-iniş) hangisinde gerçekleşmiş oldukları esas alınarak bir alt kategoride daha ayrıma tabi tutulmuştur (Şekil 1).

Tematik kodlamanın kontrol edilmesinde, çalışma hakkında önceden bilgi sahibi olmayan ve birbirinden bağımsız değerlendirme yapacak olan iki akademisyenin görüşünden ve NVivo 10.0 programından yararlanılmıştır. Bu amaçla olumlu deneyimlerin (157 adet) ve olumsuz deneyimlerin (321 adet) %10'una denk gelen sayıda, yani 15 adet olumlu ve 32 adet olumsuz biniş-uçuş-iniş aşamasındaki deneyime ait ifade akademisyenler tarafından önerilen kodlarla eşleştirilmiştir.

İlgar ve İlgar (2014), bu tür çalışmalarda asgari %70 düzeyinde bir güvenilirlik yüzdesine ulaşılması ve araştırmacı tarafından kodlanan verilerin tutarlılığının [Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) x 100] formülü kullanılarak hesaplanması gerektiğini (Miles ve Huberman 1994) belirtmektedir. Bu bağlamda, yapılan araştırmada ilgili formül kullanılarak, akademisyenlerin %88 oranında görüş birliğinde oldukları tespit edilmiştir. NVivo 10.0 programı ve uzmanların görüşlerinden elde edilen sonuçlar, tematik kodlamanın kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.



Şekil 1. Uçuş Deneyiminde Müşterilerarası Etkileşim Aşamaları

ARAŞTIRMA BULGULARI

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların %54,9'u kadın (113 kişi); %45,1'i erkektir (93 kişi). Yaş gruplarına bakıldığında büyük bir bölümünün 26-35 yaş arası (113 kişi; %54,9) kişilerden oluştuğu, bu grubu 18-25 (48 kişi; %23,3) ve 34-41 yaş (25 kişi; %12,1) aralığındaki katılımcıların takip ettiği görülmektedir. Medeni durum açısından katılımcıların çoğunluğu evlidir (144 kişi; %69,9). Yirmi yedi katılımcının 18 yaş altında çocuğu bulunmaktadır. Meslek gruplarında özel sektör (91 kişi; %44,2), kamu (50 kişi; %24,3) ve serbest meslek çalışanları (25 kişi; %12,1) önde gelmektedir (Tablo 1).

Uçuş Deneyiminde Rol Oynayan Müşterilerarası Etkileşimler

Olumlu Doğrudan ve Dolaylı Etkileşimler (Biniş-Uçuş-İniş Aşamalarında)

Katılımcıların ifade ettiği toplam 478 kritik olay içerisinde 157'si (%32,8) olumlu müşterilerarası etkileşimlere yöneliktir. 'Olumlu' deneyimler incelendiğinde %26,1'inin (41 adet) uçağa biniş; %59,2'sinin (93 adet) uçuş; %14,7'sinin (23 adet) ise uçaktan iniş aşamasında gerçekleşmiş olduğu görülmüştür. Uçuş esnasında yaşanan olumlu deneyimlerin diğer aşamalara kıyasla fazla sayı-

Tablo 1. Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	113	54,9
	Erkek	93	45,1
Yaş	18-25 yaş arası	48	23,3
	26-33 yaş arası	113	54,9
	34-41 yaş arası	25	12,1
	42-49 yaş arası	7	3,4
	50 yaş ve üzeri	13	6,3
Medeni Durum	Evli	144	69,9
	Bekâr	62	30,1
Meslek	Özel sektör çalışanı	91	44,2
	Kamu çalışanı	50	24,3
	Serbest meslek	25	12,1
	İşveren	15	7,3
	Öğrenci	11	5,3
	Diğer	14	6,8

da olduğu dikkat çekmektedir. Elde edilen ana ve alt kategoriler Şekil 2'de yansıtılmıştır.

Uçağa biniş esnasındaki olumlu etkileşimlerin (BO) büyük bir bölümü (%20'si) yardımlaşmalardan kaynaklanmaktadır. Kabin bagajının yerleştirilmesi, yer değiştirilmesi, sıra verilmesi, eşya taşınması ve benzeri şekillerde bir başka yolcunun yardım ve desteğinin alınmış olması katılımcıların çoğunu etkilemiştir. Bazı katılımcılar bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

K021: "Bebeğimiz olduğu için bilet kontrolü esnasında yolculardan birisi sıranın başına geçebilmemiz için yardımcı oldu."

K130: "Arkadaşımla koltuk numaralarımız farklı olmasına karşın, rica ettiğimiz yolcu yerini değiştirdi."

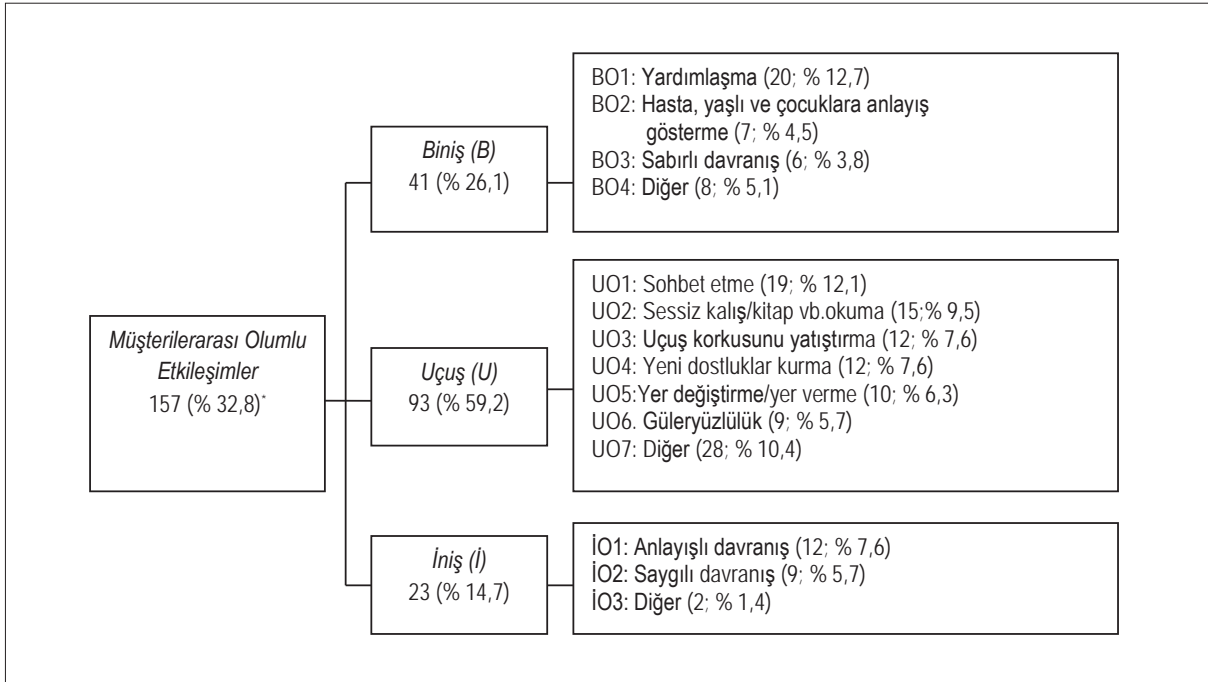
Uçuş esnasındaki olumlu etkileşimler (UO) en fazla sayıda kritik olayın ortaya konulduğu alandır. Ancak bu hususta katılımcılar arasındaki görüş farklılıkları dikkat çekmektedir. Katılımcıların bir bölümü (%12,1) diğer yolcularla sohbet etmenin, yeni dostluklar edinmenin (%7,6) ve güler yüzlü kişilerle yolculuk etmenin (%5,7) uçuş deneyimlerini olumlu yönde etkilediğini ifade ederken; bir kısmı (%9,5) yolculuk ettikleri kişilerin kendileri ile konuşmamasından, kitap, gazete ve benzeri ile meşgul olmasından memnuniyet duymaktadır. Katılımcıların uçuş esnasındaki olumlu deneyimlerine yönelik bazı ifadeleri şu şekildedir:

K004: "İlk kez uçağa bindiğimde çok korktuğumu anlayan yanımdaki yolcu benimle muhabbet ederek, heyecanımı yatıştırmıştı."

K058: "Yanımda oturan yolcu bana çay ısmarladı."

K150: "Tanıştığım yolcu ile hoşça sohbet etmek hoşuma gitmişti."

Uçaktan iniş esnasındaki olumlu etkileşimlerin (İO) sayısı, diğer aşamalara kıyasla daha az sayıda olup (N=23), katılımcıların genel olarak anlayışlı (%7,6) ve saygılı davranışlardan (%5,7) etkilendikleri görülmektedir. Diğer başlığı altındaki kritik olaylardan birisinde katılımcı, yaşadığı ilginç olayı şu şekilde aktarmıştır:



Şekil 2. Biniş-Uçuş-İniş Aşamalarında Müşterilerarası Olumlu Etkileşimler (*Toplam kritik olaylar içerisinde sadece olumlu etkileşime ait olanların sayısı ve yüzdesi)

K046: “İnişe geçerken, 2-3 yaşlarındaki bir çocuğun annesine “düşüyoruz” diyerek ağlamaya başlaması bütün yolcuları güldürmüştü.”

Bir başka katılımcı (K043) ise diğer yolcuların saygılı davranışlarına dikkat etmiş ve izlenimlerini “Uçaktan inerken bazılarının yaşlılara yardımcı olması hoşuma gitmişti” şeklinde ifade etmiştir.

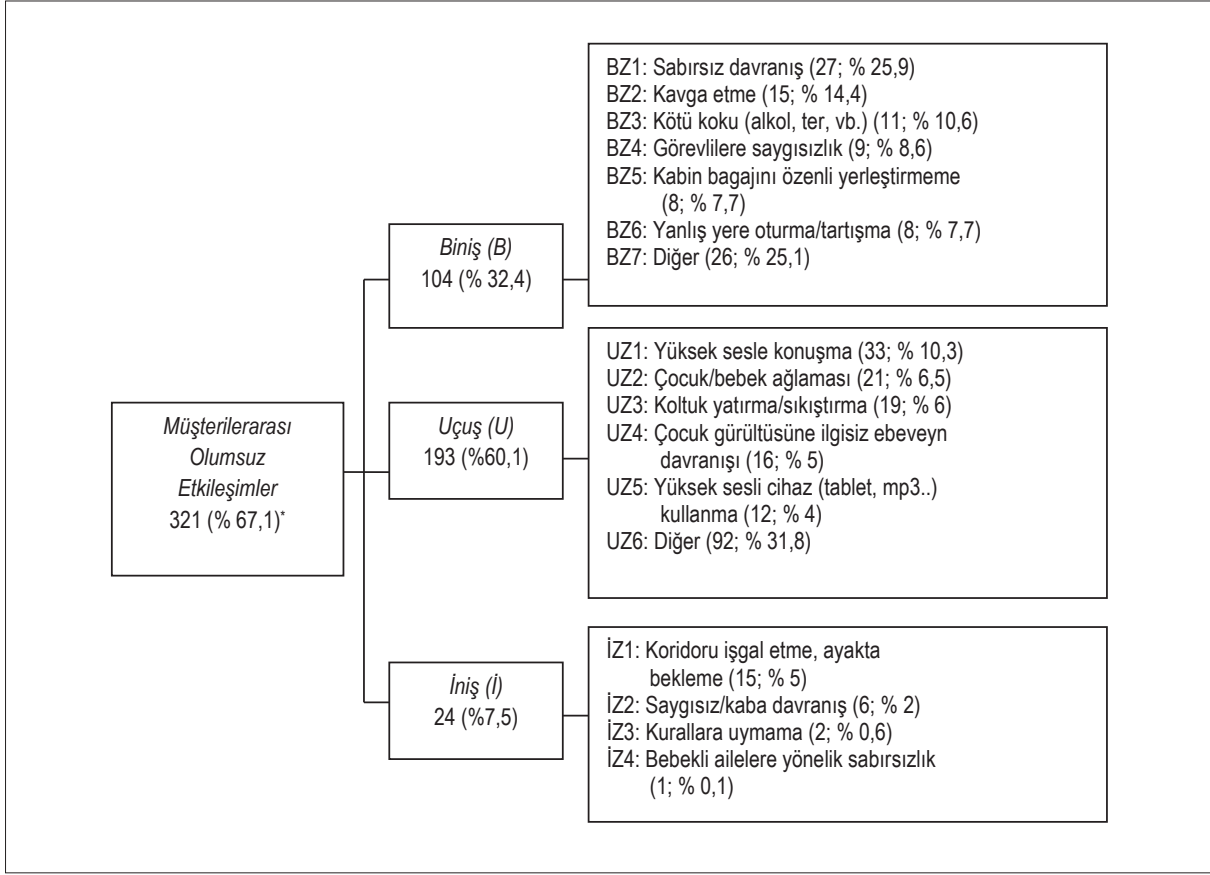
Olumsuz Doğrudan ve Dolaylı Etkileşimler (Biniş-Uçuş-İniş Aşamalarında)

Elde edilen sonuçlara göre toplam 478 kritik olay içerisinde 321’i (%67,1) olumsuz müşterilerarası etkileşimlere aittir. ‘Olumsuz’ deneyimlerin %32,4’ü (104 adet) uçağa biniş; %60,1’i (193 adet) uçuş esnasında; sadece %7,5’i (24 adet) uçaktan iniş aşamasında yaşanmıştır. Bu durum olumsuz uçuş deneyimlerinin çoğunun uçuş esnasında gerçekleştiğini göstermektedir. Elde edilen ana ve alt kritik olay kategorileri Şekil 3’te gösterilmiştir.

Uçağa biniş esnasındaki olumsuz etkileşimlerin (BZ) çoğunu yolcuların sabırsız davranışları (%25,9), birbirleriyle yaptıkları kavgalar (%14,4)

ve kötü kokunun (%10,6) yol açtığı rahatsızlıklar oluşturmaktadır. Bazı yolcuların yavaş davranışları diğer yolcular üzerinde rahatsızlığa (K116: “Bir uçuşumda yolcular biniş esnasında o kadar yavaş davrandılar ki, uçuş rötarlı başladı.”); bazı yolcuların acele davranışları ise hatalara ve gerilimlere yol açmaktadır (K054: “Koltuk numaram pencere kenarı idi. Fakat benden önce gelen yolcu oturmuştu, kaldıramadım.”; K123: “Biniş sırasında iki yolcu arasındaki kavgayı dinlemek zorunda kaldım, oldukça sıkıntı duydum.”). Diğer yolcuların saygısız davranışları da deneyimi olumsuz yönde etkilemektedir (K157: “Bagaja eşya vermemek için hacimli valizleri dahi baş üstü dolaplarına koyduklarından, montumu koyacak yer bulamamıştım.”).

En fazla sayıda olumsuz deneyimin yaşandığı aşama, uçuştur. Uçuş esnasında yolcuların yüksek sesli konuşmalarından (%10,3), çocuk veya bebek ağlamalarından (%6,5), koltuk yatırmalarından (%6) ve benzeri davranışlarından ötürü rahatsızlık duyulduğu görülmektedir. Bu kapsamdaki olumsuz etkileşimlerden (UZ) bazıları şu şekilde ifade edilmiştir:



Şekil 3. Biniş-Uçuş-İniş Aşamalarında Müşterilerarası Olumsuz Etkileşimler (*Toplam kritik olaylar içerisinde sadece olumsuz etkileşime ait olanların sayısı ve yüzdesi)

K024: "Yan koltukta oturan yolcu uyurken başını ortak koltuk aralığımızdaki yere yaslayarak beni rahatsız etti."

K028: "Uçuş süresince iki arkadaş aralarında yüksek sesle ve kaba bir biçimde konuştular."

K062: "Yanımda oturan yolcu, sanırım uçuş korkusundan olsa gerek çok miktarda konyak içerek, sarhoş oldu."

K138: "Uçuşta gürültü yapan çocuklar nedeniyle çok rahatsız olmuştum."

K199: "Yanıma oturan bebekli bayan sürekli ağlayan çocuğu susturmak yerine, çok bunaldığını söyleyerek, çocuğu tutmamı istedi. Uçuş boyunca ağlayan bebek kucağımdaydı."

Uçaktan iniş esnasındaki olumsuz etkileşimlerin (İZ) büyük bölümünün de uçağa biniş aşamasında olduğu gibi saygısız davranışlar oluşmaktadır (koridoru işgal etme/ ayakta durma,

kaba davranış ve kurallara uymama gibi). Bunlardan bazıları şu şekilde ifade edilmiştir:

K166: "Uçak indikten 1-2 dakika sonra "hala açılmadı mı bu kapılar?" diye bağırarak bir yolcu nedeniyle çok sinirlenmişim."

K178: "İniş için uçağın koridorunda yığılanlar ve yaşanan itiş kakış nedeniyle rahatsız oldum".

K115: "Uçak yere iner inmez yolcuların büyük bir bölümü ayaklandı, eşyalarını almaya ve koridorda yığılmaya başladılar."

Uçuş deneyiminin her aşamasında yolcuların deneyimlerini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyen kritik olayların ortaya konulmuş olması, gerek teorik gerekse pratik açıdan kayda değer sonuçlar ortaya koymuştur. İzleyen bölümde elde edilen bu sonuçlara yönelik çıkarımlar sunulmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm işletmelerinin artan rekabete karşı koyabilmeleri açısından unutulmaz müşteri deneyimleri yaratabilmeleri bir koşul hale gelmiştir. Schmitt'in (2003) önemle üzerinde durduğu gibi günümüzde müşterilere zengin, mutluluk veren ve unutulmaz deneyimler sunmak, müşteri memnuniyetinin ve sadakatinin de garantilenmesi anlamına gelmektedir. Bu açıdan işletmelerin müşteri davranışlarını ve müşterilerin diğer müşteriler üzerindeki etkisini anlayabilmeleri gereklidir. Bu çalışmada, turizm sektörünün en önemli alanlarından biri olan havayolu işletmeciliği ele alınarak, müşterilerin uçuş deneyimlerinin her aşamasında etkili olan müşterilerarası etkileşimler ortaya konmuştur.

Kuramsal Çıktılar

Gerçekleştirilen araştırma sonucunda uçak yolculuklarında diğer müşterilerle kurulan etkileşimlerden kaynaklanan olumsuz deneyimlerin olumlulara kıyasla daha çok hatırlandığı; uçağa biniş ve iniş aşamasında yaşanan hem olumlu hem de olumsuz müşterilerarası etkileşimlerin sayısının, uçuş esnasındakilerden az olduğu tespit edilmiştir.

Bu araştırmada elde edilmiş olan sonuçların, turizm alanyazınında yapılmış olan bazı çalışmalarla örtüştüğü görülmektedir. Örneğin, Wu'nun (2007) Tayvan'da yapmış olduğu bir çalışmada yurtdışından Taipei'ye henüz gelmiş turistlerin yolculukları esnasında yaşamış oldukları müşterilerarası etkileşimler beş faktör altında toplanmıştır. Mevcut çalışmada tespit edilmiş olan kategorilerden bazıları bu faktörlerle uyumludur. Wu'nun 'şiddet olayları' faktörü altında topladığı diğer müşterilerle kavga ve koltuk/masa sıkıştırma olayları; mevcut çalışmadaki olumsuz deneyimlerin uçağa biniş (kavga etme) ve uçuş (koltuk yatırma/sıkıştırma) kategorilerinde bulunmaktadır. 'Saygısız olaylar' faktöründe yer alan bazı hususlar ise bu çalışmadaki olumsuz uçuş aşaması etkileşimlerinde (yüksek sesle konuşma, çocuk gürültüsüne ilgisiz ebeveynler) konumlanmıştır. Araştırmacının 'protokol ve sosyal olaylar' faktöründe yer verdiği sohbet etme ve sosyalleşmeye ilgi gibi hususlar ise bu ça-

lışmada olumlu-uçuş aşaması etkileşimlerde söz konusudur (sohbet etme, gülyeryüzlülük ve yeni dostluklar kurma gibi).

Grove ve Fisk'in (1997) Florida'daki cazibe merkezlerini ziyaret eden turistlere yönelik yaptığı çalışmada ise 'sosyallikle ilgili olaylar' kategorisinde yeni kişilerle tanışmanın olumlu müşterilerarası etkileşimler arasında kabul edildiği belirlenmiş olup, mevcut çalışmanın uçuş esnasındaki olumlu etkileşimler kategorisinde bu hususun yer aldığı görülmektedir. Bu sonuç, bireylerin zihninde yer eden, unutulmaz turist deneyimlerinde sosyalleşmenin önemli bir rol oynadığını ve turistlerin yeni kişilerle tanışmaktan genellikle olumlu yönde etkilendiklerini yansıtmaktadır. Özet olarak, turizm sektörünün hızla gelişen hizmet alanlarından biri olan havayolu işletmeciliğinde müşterilerarası etkileşimlerin araştırılmış olduğu bu çalışmada tespit edilen birçok kritik olay, uluslararası alanyazında farklı ülkelerde ve turizm deneyimlerinde ortaya konulmuş olan olaylarla örtüşmektedir. Aynı zamanda Türkiye turizm ve seyahat işletmeciliği kapsamında ilk kez havayolu işletmeciliğinde müşterilerarası ilişkileri ele alan bir araştırmanın gerçekleştirilmiş olması, ilgili alanyazına katkı sağlamıştır.

Uygulamaya Yönelik Çıktılar

Yapılan durum analizi havayolu işletmelerinin özellikle uçuş esnasında müşterilerle yakından ilgilenmesi gerektiğini, zira olumsuz müşterilerarası etkileşimlerin en fazla bu aşamada gerçekleştiğini göstermektedir. Elde edilen bu sonuç daha önce havayolu işletmelerden kaynaklanan bazı hizmet hataları yaşamış müşterilerin karşılaştıkları yeni sorunlara yönelik toleranslarının düşük olmasından da (Smith ve Bolton 2002) kaynaklanmış olabilir. Nitekim yapılan araştırmalara göre müşteriler işletme kaynaklı hayal kırıklıklarını bir kontrol ve inisiyatif kaybı olarak görmekte, daha sonra yapacakları satın almalarında ilgili işletmeye yönelik yüksek risk algısı geliştirmektedirler (Zeelenberg, Van Dijk, Manstead ve Der Pliet 1998). Bu sebeple havayolu işletmelerinin müşteri memnuniyetini ve sadakatini sağlamak amacıyla özellikle uçuş esnasındaki olumlu müşteri-personel ve müşteri-müşteri et-

kileşimlerini teşvik etmeleri, bu amaçla farklı uygulamalar geliştirmeleri gerektiği açıktır.

Müşterilerarası etkileşim her ne kadar işletmelerin üzerinde tam kontrol sahibi oldukları bir konu değilse de ortaya koyduğu sonuçlar açısından müşteri memnuniyeti, işletme imajı ve başarısı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Ayrıca Huang'ın da (2008) belirttiği gibi müşteriler diğer müşterilerden kaynaklanan hizmet hatalarını işletmelerin sorumluluğu altında kabul etmektedir. Eğer işletmeler arzu edilmeyen davranışlar gösteren müşterilerin bu davranışlarını engelleyebilir ya da kontrol edebilirlerse, işletme imajının desteklenmesi ve diğer müşterilerin memnuniyetsizliklerinin telafi edilebilmesi söz konusu olabilir. Bu nedenle ortaya çıkan olumsuz müşterilerarası etkileşimlerin anında farkına varılarak, en kısa sürede çözüme kavuşturulması önemli bir husustur. Havayolu personelinin görmezlikten geldiği veya çözüme kavuşturmakta yetersiz kaldığı müşterilerarası anlaşmazlıklar, çeşitli müşteri mağduriyetlerine yol açabilir. Bu tür olayların medyaya yansması veya hukuki ortama taşınması halinde işletme imajının zarar görmesi, potansiyel ve sadık müşterilerin davranışsal niyetlerinin olumsuz şekilde etkilenmesi mümkündür.

Bu gibi durumları engellemek amacıyla izlenebilecek stratejiler arasında kurumsal açıdan uygun görülmeyen müşteri davranışlarının neler olduğunun açık bir biçimde tanımlanması, bu tür davranışların yol açacağı olumsuzluklar ve olası yaptırımlar hakkında müşterilere detaylı bilgi sunulması sayılabilir. Aynı zamanda kurumsal prensiplerin müşteriler tarafından açık şekilde anlaşılmasına yönelik olarak görsel ve yazılı medya araçlarından etkin şekilde yararlanılması düşünülebilir. Bu şekilde havayolu işletmeleri ile müşterileri arasında kurulacak olan yakın iletişim ve ortak bakış açısı sayesinde gerek işletme-müşteri, gerekse müşterilerarası anlaşmazlıkların ortaya çıkmaması sağlanabilir.

Havayolu işletmeleri esas alındığında, müşteri davranışlarının gözlemlenerek arzu edilen ve edilmeyen davranışların tespit ve kontrol edilmesi, diğer turizm işletmelerine kıyasla daha olasıdır. Nitekim bu işletmelerin özellikle kabin eki-

bi ve yer hizmetleri personeli iş sürecinin birçok aşamasında yolcularla yakın temas ve iletişim halindedir. Olumsuz müşterilerarası etkileşimlerin ortaya çıktığı anlarda doğrudan müdahale etme şansına sahip olan bu personel, aynı zamanda benzer sorunların tekrarlanmaması açısından işletmeye görüş bildirme ve yönetim stratejilerine yön verme gücüne de sahiptir. Bu bağlamda, havayolu işletmelerinde yolcu deneyiminin zenginleştirilmesi, uçuşların planlanan ve istenilen şekilde gerçekleştirilebilmesi açısından işletme personelinin hizmet kalitesini arttırmaya yönelik motivasyon ve katılımcılığının yükseltilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra müşteri-odaklı (tercihen mülakat şeklinde) araştırmalar yapılarak, işletmenin daha önce göz ardı ettiği bazı hizmet sunum aşamalarındaki uygulamalar gözden geçirilmelidir. Bu tür araştırma-geliştirme çalışmaları sayesinde müşteri memnuniyetini arttıran farklı ve yenilikçi uygulamalar hayata geçirilerek, diğer havayolu işletmeleri karşısında rekabet avantajı elde edilebilir.

Çalışmanın Kısıtları ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Bu çalışmanın, diğer çalışmalarda da olduğu gibi birtakım kısıtları bulunmaktadır. Bunlardan ilki uçuş deneyimlerini şekillendiren hususların tespiti amacıyla kullanılan kritik olaylar tekniğinin kendine özgü yapısından kaynaklanmaktadır. Çalışmaya katılan kişilerden geçmiş uçuş deneyimlerini temel alarak, bu deneyimlerini olumlu ve olumsuz yönde etkileyen olayları hikâyeleştirmeleri istenmiş olduğundan, elde edilmiş olan cevaplar, katılımçıların anlık hatırlamalarına bağlıdır. Bunun yanı sıra elde edilen bulgular, araştırmacı tarafından tespit edilmiş olan kodlara ve kategorilere bağlı olarak şekillenmiştir. Başka çalışmalarda farklı sonuçların alınabilmesi bu sebeple mümkündür. Durum analizi niteliğindeki bu nitel çalışmadan elde edilen bulgular genellenebilir olmadığından, ileride yapılacak olan benzer konudaki çalışmalarla elde edilecek olan sonuçların alanyazın katkısını artırması muhtemeldir.

Ayrıca yapılan alan araştırmasında kullanılan soru formunda katılımçıların seyahat nedenlerine, uçuş tecrübelerine ve diğer demografik özel-

liklerine yönelik sorulara yer verilmediğinden, farklı analizler gerçekleştirilememiştir. Bu da çalışmanın kısıtları arasında görülebilir. Nitekim Lovelock ve Wirtz (2004) tarafından önerildiği gibi olumlu veya olumsuz müşterilerarası etkileşimlere sebep olan müşterilerin başlıca özellikleri tespit edilerek, profili ortaya konabildiği takdirde, turizm sektörünün farklı alanlarında gözlemlenen müşteri davranışlarının daha iyi anlaşılabilmesi ve bu davranışların işletmeler tarafından istenen şekilde yönlendirilebilmesi mümkün olabilir. Son olarak ileride yapılacak olan çalışmalarda turizm sektörünün farklı alanlarında (konaklama, yeme-içme, rekreasyon gibi) söz konusu olan müşterilerarası etkileşimlerin de araştırılarak, bu etkileşimlerin memnuniyet, davranışsal niyet ve sadakat gibi değişkenlerle ilişkisinin incelenmesi tavsiye edilebilir.

KAYNAKÇA

- Baker, J. ve Cameron, M. (1996). The Effects of the Service Environment on Affect and Consumer Perception of Waiting Time: An Integrative Review and Research Propositions, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24 (4): 338-349.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 56: 57-71.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. ve Mohr, L. S. (1994). Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint, *Journal of Marketing*, 58: 95-106.
- Brocato, E. D., Voorhees, C. M. ve Baker, J. (2012). Understanding the Influence of Cues From Other Customers in the Service Experience: A Scale Development and Validation, *Journal of Retailing*, 88 (3): 384-398.
- Davies, B., Baron, S. ve Harris, K. (1999). Observable Oral Participation in the Servuction System: Toward a Content and Process Model, *Journal of Business Research*, 44: 47-53.
- Flanagan, J. C. (1954). The Critical Incident Technique, *Psychological Bulletin*, 51 (4): 327-358.
- Grove, S. J. ve Fisk, R. P. (1997). The Impact of Other Customers on Service Experiences: A Critical Incident Examination of "Getting Along", *Journal of Retailing*, 73 (1): 63-85.
- Huang, W-H. (2008). The Impact of Other-Customer Failure on Service Satisfaction, *International Journal of Service Industry Management*, 19 (4): 521-536.
- İlgar, S. C. ve İlgar, M. Z. (2014). Nitel Veri Analizinde Bilgisayar Programları Kullanılması, *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi (İZÜ) Sosyal Bilimler Dergisi*, 5: 31-78.
- Kim, N. ve Lee, M. (2012). Other Customers in a Service Encounter: Examining the Effect in a Restaurant Setting, *Journal of Services Marketing*, 26 (1): 27- 40.
- Langeard, E., Bateson, J., Lovelock, C. ve Eiglier, P. (1981). Marketing of Services: New Insights from Consumers and Managers, *Working Paper, Rapor No: 81-104*. Cambridge, MA: Marketing Sciences Institute.
- Lovelock, C. H. ve Wirtz, J. (2004). *Service Marketing*. (5. Basım), Englewood Cliffs: NJ, Prentice-Hall, USA.
- Martin, C. L. ve Pranter, C. A. (1991). Compatibility Management: Roles in Service Performers, *The Journal of Services Marketing*, 5 (2): 43-53.
- McGrath, M. A. ve Otnes, C. (1995). Unacquainted Influencers: When Strangers Interact in the Retail Setting, *Journal of Business Research*, 32: 261-272.
- Miao, L. ve Mattila, A. S. (2013). The Impact of Other Customers on Customer Experiences: A Psychological Distance Perspective, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37 (1): 77-99.
- Miles, M. B. ve Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. (2. Basım), Thousand Oaks, CA: Sage Yayınları.
- Moore, R., Moore, M. L. ve Capella, M. (2005). The Impact of Customer-to-Customer Interactions in a High Personal Contact Service Setting, *Journal of Services Marketing*, 19 (7): 482-491.
- Mourali, M. (2003). Customer-to-Customer Interactions and Their Effects on Service Evaluation: A Role Theoretic Perspective, *Working Paper*.
- Nicholls, R. (2011). Customer-to-Customer Interaction (CCI): A Cross-Cultural Perspective, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23 (2): 209- 223.
- Otto, J.E. ve Ritchie, J. R B. (1996). The Service Experience in Tourism, *Tourism Management*, 17 (3): 165-174.
- Öztürk, S. A. (2000). Hizmet Kalitesi Ölçümünde Yeni Bir Yaklaşım: Kritik Olaylar Tekniği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı*, 11: 57-68.
- Palmer, A. (2005). *Principles of Services Marketing*. (4. Basım), McGraw Hill Education, UK.
- Pine, B. J. ve Gilmore H. J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Schmitt, B. H. (2003). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Sezer, H. ve Şahin, H. (2015). Sağlık Bilimleri Araştırmalarında Güncel Bir Yaklaşım: Kritik Olaylar Tekniği, *Tıp Eğitimi Dönüşümü*, 44: 13-21.
- Smith, A. K. ve Bolton, R. N. (2002). The Effect of Customers' Emotional Responses to Service Failures on Their Recovery Effort Evaluations and Satisfaction Judgments, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30 (1): 5-23.
- Söderlund, M. (2011). Other Customers in the Retail Environment and Their Impact on the Customer's Evaluations of the Retailer, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18: 174-182.
- The Usability Body of Knowledge. (2012). <http://www.usabilitybok.org/critical-incident-technique>, Erişim tarihi: 30

Ağustos 2016.

- Tombs, A. ve McColl-Kennedy, J. R. (2003). Social-Servicescape Conceptual Model, *Marketing Theory*, 3 (4): 447-475.
- Twelker, P. A. (2003). The Critical Incident Technique: A Manual for Its Planning and Implementation, http://www.tiu.edu/psychology/Twelker/critical_incident_technique.html, Erişim tarihi: 29 Temmuz 2015.
- Wu, C. H-J. (2007). The Impact of Customer-to-Customer Interaction and Customer Homogeneity on Customer Satisfaction in Tourism Service-The Service Encounter Prospective, *Tourism Management*, 28: 1518-1528.
- Wu, C. H. (2008). The Influence of Customer-to-Customer Interactions and Role Typology in Customer Reaction, *The Service Industries Journal*, 28 (10): 1501-1513.
- Yan, R-N. ve Lotz, S. (2004). Consumer Complaint Behavior: Do "Other Customers" Make a Difference?, *Advances in Consumer Research*, 31: 491-492.
- Yi, Y., Gong, T. ve Lee, H. (2013). The Impact of Other Customers on Customer Citizenship Behavior, *Psychology and Marketing*, 30 (4): 341-356.
- Yoo, J., Arnold, T. J. ve Frankwick, G. L. (2012). Effects of Positive Customer-to-Customer Service Interaction, *Journal of Business Research*, 65: 1313-1320.
- Zeelenberg, M., Van Dijk, W.W., Manstead, A. S. R. ve Der Pligt, J. (1998). The Experience of Regret and Disappointment, *Cognition and Emotion*, 12 (2): 221-230.
- Zhang, J., Beatty, S. E. ve Mothersbaugh, D. (2010). A CIT Investigation of Other Customers' Influence in Services, *Journal of Services Marketing*, 24 (5): 389-399.



Meltem CABER

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1992). Yüksek lisans derecesini Anadolu Üniversitesi'nden Turizm ve Otel İşletmeciliği dalından (2004), doktora derecesini de Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik dalından aldı (2010). Akdeniz Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2005). Doçentlik unvanını Turizm alanında aldı (2014). Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; turizm pazarlaması, destinasyon yönetimi ve elektronik ticarettir.

Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Nitel Bir Araştırma*

Restaurant Configurations in Tourism Destinations: A Qualitative Study About Cappadocia

Gökhan YILMAZ*, Bahattin ÖZDEMİR**

*Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 07058, Kampüs, Antalya.
E-posta: gokhanyilmaz@akdeniz.edu.tr

**Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 07058, Kampüs, Antalya.
E-posta: bahattin@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 22 Mart 2016

Birinci düzeltme: 15 Temmuz 2016

İkinci düzeltme: 27 Eylül 2016

Kabul: 1 Ekim 2016

Anahtar sözcükler: Gastronomi, Restoran, Restoran biçimleşmeleri, Kapadokya.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 22 March 2016

Resubmitted: 15 July 2016

Resubmitted: 27 September 2016

Accepted: 1 October 2016

Key words: Gastronomy, Restaurant, Restaurant configurations, Cappadocia Region.

ÖZ

Araştırmada bir turizm destinasyonunda ortaya çıkabilecek restoran biçimleşmelerinin belirlenmesi ve bunda turist profili ve davranışının nasıl bir rol oynadığının anlaşılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın alanı Kapadokya bölgesi olarak belirlenmiştir. Araştırmada nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak doküman incelenmesi ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiş, veri analiz yöntemi olarak da içerik analizinden faydalanılmıştır. Görüşmeler bölgedeki 12 turizm paydaşı ile gerçekleştirilmiştir. Bulgular Kapadokya bölgesinde restoran biçimleşmelerinin otel restoranları, grup restoranları, butik restoranlar, etnik restoranlar ile kebab ve pide restoranları şeklinde olduğunu göstermektedir. Çalışmada restoran biçimleşmelerinde turizm türü ve turist davranışlarının etkilerine ilişkin bulgular da saptanmıştır.

ABSTRACT

The purpose of this research is to discover how distinct restaurant configurations emerge in a tourism destination with a particular attention to understanding the role of tourism and tourist behavior. The research was conducted in Cappadocia Region. The study took a qualitative research approach in which semi-structured interviews and document analysis were employed as major data collection techniques whereas content analysis was the primary method of analyzing the qualitative data. The interviews were conducted with 12 tourism shareholders in the region. The findings of the study indicated the main restaurant configurations were hotel restaurants, group restaurants, boutique restaurants, ethnic restaurants, and kebab and pita restaurants. The study also revealed that tourism and tourist behaviors have an impact on emergence of distinct restaurant configurations.

GİRİŞ

Restoranlar, yiyecek hizmetleri endüstrisinin olduğu kadar turizm destinasyonlarının da önemli bir bileşenidir (Özdemir 2010). Turistler bölgeye özgü yiyecek ve içecekleri destinasyondaki yerel restoranlarda bulabilmektedir (Özdemir ve Çalışkan 2011). Restoranlar üzerine akademik çalışmaların tüketicilerin veya turistlerin restoran seçimi (Kivela 1997; Yüksel ve Yüksel 2002), enfor-

masyon arayışı (Batra 2008), tatmini (Nam ve Lee 2011) ve davranışsal niyetleri (Kim ve Boo 2011) gibi konular üzerine odaklandığı dikkat çekmektedir. Turizm bağlamında restoran uygulamalarını inceleyen çalışmalarda ise daha çok restoranlarda şeflerin yerel yiyecek kullanımını etkileyen faktörlerin (Sharma vd. 2014; Özdemir vd. 2015) incelendiği görülmektedir. Ancak turizm destinasyonlarında restoranların hangi biçimlerde ortaya çıktığına ilişkin nicel bir araştırmaya rastlanmamaktadır.

Restoranlarla ilgili ana akım yazına bakıldığında farklı restoran türlerini tanımlamak üzere sınıflandırmalar önerildiği görülmektedir. Bu

Bu makale, Gökhan YILMAZ'ın Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılan "Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden derlenmiştir.

bağlamda en genel hali ile restoranların da içinde yer aldığı yiyecek hizmetleri endüstrisi, ticari yiyecek içecek işletmeleri ve ticari olmayan yiyecek içecek işletmeleri şeklinde ikiye ayrılmaktadır (Edwards ve Overstreet 2009). Restoran işletmeleri de ticari yiyecek içecek işletmeleri içerisinde yer almaktadır (Çalışkan ve Özdemir 2011). Diğer taraftan restoranların hizmet anlayışı, atmosfer, menü ve işgörenler gibi niteliklere bağlı olarak birbirinden farklılık gösterebileceği bilinmektedir (Dahmer ve Kahl 2009; Bujisic vd. 2014). Söz gelimi, Amerika Ulusal Restoran Birliği restoranları hızlı servis sunan, geleneksel, temalı, lüks ve diğer restoranlar olmak üzere beş kategoriye ayırmaktadır. Kılınç ve Çavuş (2010) ise restoranları sahiplik durumuna, ölçeklerine ve özelliklerine göre sınıflandırmaktadır. Restoranlar sahiplik durumuna göre bağımsız ve zincir restoranlar; ölçeklerine göre büyük, orta ve küçük restoranlar ve özelliklerine göre de menü seçimi, restoran düzenlemeleri ve konum dikkate alınarak lüks restoranlar, temalı restoranlar, etnik restoranlar, hızlı yemek sunan restoranlar şeklinde ayrılmaktadır. Ancak ilgili alanyazında masa servisi sunan restoranlar ile hızlı servis sunan restoranlar ayrımı daha yaygın bir şekilde yapılmaktadır (Kim ve Geistfeld 2003). Söz gelimi, Ottenbacher ve Harrington (2009) hızlı servis sunan restoranların kısıtlı bir menüsünün olması, kısıtlı bir servis vermesi ve fiyatının düşük olması gibi özellikleri ile masa servisi sunan restoranlardan ayrıldığından bahsetmektedir. Turizm bağlamında ise destinasyonlarda hangi restoran türlerinin olduğuna ilişkin sadece Cohen ve Avieli (2004) tarafından kavramsal olarak destinasyonlardaki restoranların yerel restoranlar ve turizme yönelmiş restoranlar şeklinde iki ana türde incelendiği görülmektedir. Böylece ilgili yazında görgül bulgularına rastlanılmayan restoran biçimleşmelerinin bir destinasyonda ortaya çıkıp çıkmadığının incelenmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Tüm bunların ışığında araştırmanın amacı bir turizm destinasyonunda ne tür restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkabileceğini belirlemek ve destinasyonda farklı restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkmasında turizmin nasıl bir rol oynadığını anlayabilmektir.

Çalışmada restoran türü yerine restoran biçim-

leşmesi kavramının kullanılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Bunun birinci nedeni restoran biçimleşmesi kavramının bir sonuç yerine bir süreci ifade etmesidir. Belirli bir zaman diliminde başlıca restoran niteliklerinin belirli bir örüntü gösterecek şekilde bir araya gelmesi ile bir restoran biçimi ortaya çıkabilir ve bu süreçte biçimleşme denebilir. Böylece restoran niteliklerinin farklılaşmasına bağlı olarak farklı restoran biçimlerinin ortaya çıkabileceğine vurgu yapılabilmektedir. İkinci neden ise kısa vadede birden fazla restoran biçiminin bir arada görülebilmesi ve bu durumun restoran türü kavramı ile anlatılamamasıdır.

ALANYAZIN TARAMASI

Bu bölümde, çalışmanın kavramsal çerçevesi ile Kapadokya bölgesindeki turizm hareketlerine değinilmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Restoranlarda tüketici davranışları ile gastronomi ve turizm ilişkisini inceleyen araştırmaların oluşturduğu alanyazın, turizm destinasyonlarındaki restoran biçimleşmelerinin gerçekleştiği bağlamı anlamaya yardımcı olacak bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. İlk olarak bir destinasyonda restoranların biçimleşmesinde turist profili ve davranışının önemli bir rol oynadığı düşünülebilir. Alanyazında birçok çalışma turist profilinin sosyodemografik unsurlar ve seyahat davranışları olmak üzere iki boyuttan oluştuğunu belirtmektedir (Özdemir vd. 2012b). Turist profili destinasyonda egemen bir turizm türünü ortaya çıkarabilmektedir. Süreç olarak bakıldığında belirli bir profil ve seyahat davranışı sergileyen ve destinasyona sürekli gelen turist grupları o destinasyonda bir turizm türünün yerleşmesine ve dolayısıyla egemen kılınmasına yol açmaktadır. Diğer taraftan bir destinasyonda belirli bir turizm türü egemen hale gelmişse bu turizm türünü talep eden ve belirli bir profil ve seyahat davranışı sergileyen turistler de o destinasyona gelmeye devam etmektedir. Her şey dahil paket turların da etkisiyle Antalya ve Alanya'da deniz-kum-güneş çekicilikleri üzerine egemen bir turizm türünün şekillenmiş olması (Çizel vd.

2013) bu sürece örnek olarak gösterilebilir. Bu destinasyonları ziyaret eden turistlerin büyük bir kısmı (%85'ten fazlası) seyahat araçlarından (tur operatörleri ve seyahat acentaları) her şey dahil paket tur satın alarak bölgeyi deniz-kum-güneş çekicilikleri ve tatil amacıyla ziyaret eden ailelerden oluşmaktadır (Özdemir vd. 2012a). Böylece bu destinasyonlarda kitle turizminin egemen olduğu bir turizm anlayışı ile belirli bir turist profili birbirini destekleyerek destinasyonları şekillendirmektedir. Bu tür destinasyonları ziyaret eden turistlerin çoğunun yerel yiyecek ve yerel restoranlara çok fazla ilgi göstermediği de görülmektedir (Boyne vd. 2003; Hjalager 2004). Diğer taraftan seyahatleri sırasında yemeği ve yerel gastronomiyi turizm deneyiminin önemli bir parçası ve hatta birincil deneyim olarak görebilen turistler olduğu (Quan ve Wang 2004; Mkonno vd. 2013) ve bu turistlerin yerel yemekleri tüketme motivasyonlarının çok güçlü olabileceği (Fields 2002; Mak vd. 2012), dolayısıyla seyahatleyken yemek yemeyi destinasyonun kültürünü öğrenme fırsatı ve gündelik rutinlerinin zıttı olarak gören ve yerel yiyeceklerle ilgili aktif enformasyon arayışında olan turist tipolojilerinin varlığı (Boyne vd. 2003; Hjalager 2004) bilinmektedir. Böylece destinasyonlarda farklı restoran biçimlerinin belirmesine yol açabilecek farklı turist davranışlarının olabileceği anlaşılmaktadır. Üner (2014) tarafından yapılan çalışma bu görüşleri destekler nitelikte bulgular sunmaktadır. Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus ağırlıklı 264 turistle yapılan çalışmada turistlerin seyahatleri esnasında yemek yediği restoranlar otel restoranları (%67,2), yerel ürünler sunan restoranlar (%19,6), uluslararası ürünler sunan restoranlar (%8,8), zincir restoranlar (%2,4) ve diğer (%2) şeklinde sıralanmaktadır. Buna göre turistler bir destinasyonda farklı türlerdeki restoranları ziyaret etmeyi tercih edebilmektedir. Bu tercihlerde destinasyonlarda farklı restoran biçimleşmelerinin kaynağı olabilir.

Alanyazına göre restoran niteliklerinin de restoran biçimleşmelerinde etkili olduğu söylenebilir. Bu nedenle restoran nitelikleri ile ilgili yapılan çalışmalara göz atmak gerekmektedir. Restoran seçimini etkileyen faktörler üzerine yapılmış araştırmalarda yiyeceğin kalitesi, çeşitliliği, lez-

zeti, sunumu, porsiyon miktarı ve fiyatı; restoranın atmosferi, dekoru, temizliği, çalışma saatleri, ünü ve konumu; personelin tutumu ve davranışları, hizmet kalitesi, servis hızı gibi niteliklerin öne çıktığı görülmektedir (Choi ve Zhao 2010). Restoranlardaki yemek deneyimi ile ilgili çalışmalara göre ise yemek deneyimi restoranın iç tasarımı, sosyal karşılaşma, yiyecek ve içecekler, atmosfer, eşlik edilme, servis, ödeme ve yönetim kontrol sistemi gibi bileşenlerden oluşmaktadır (Andersson ve Mossberg 2004; Gustafsson 2004). Restoranlarda tatmin konusunda yapılan araştırmalarda ise yiyecek, hizmet, servis personeli ve atmosfer gibi faktörlerin müşteri memnuniyetini etkilediği belirtilmektedir (Han ve Ryu 2009; Nam ve Lee 2011). Restoranlarda tüketici davranışları ile ilgili araştırmaların bulguları seçim, deneyim ve tatmin gibi alanlarda birbirine benzerlik gösteren çok sayıda niteliğin etkili olduğunu göstermektedir. Bu nitelikleri menü, atmosfer, konum ve işgörenler olmak üzere başlıca faktörler altında düşünmek mümkündür. Restoran biçimleşmelerin ortaya çıkmasında bu faktörlerdeki farklılaşmaların etkili olabileceği söylenebilir.

Turizm anlayışı, turist davranışı ve restoran niteliklerindeki değişimlere bağlı olarak destinasyonlardaki restoranların bazılarının yerel kalabildikleri bazılarının ise turizme yönelebildikleri görülmektedir. Yerel kalan restoranların özellikle yerel halka hitap ettiği, turizme yönelmiş olan restoranların ise Cohen ve Avieli'nin de (2004) belirttiği gibi turistleri hedef kitle olarak seçtiği söylenebilir. Menü bağlamında yerel restoranlar yerel halkın ihtiyaçları çerçevesinde menülerini şekillendirebilmektedir. Turizme yönelmiş restoranlar ise turistlerin damak tatlarına göre sunulan yemek ve menü içeriklerini kullanabilmektedir. İnsan kaynağı açısından bakıldığında da benzer bir durum ortaya çıkabilmektedir. Turizme yönelmiş restoranlarda gelen turist profiline uygun bir biçimde turistlerin kendi milliyetinden işgörenlerin istihdam edilebileceği görülmektedir. Atmosfer açısından bakıldığında turizme yönelmiş restoranlarda yerel kültüre ait unsurları da turistlere sunarak bir farklılık yaratabilmek için otantik atmosfer gözlemlenebilmektedir. Yerel restoranlarda da atmosfer tamamen yerel un-

surlardan oluşabilmektedir. Turizme yönelmiş restoranlar ile yerel restoranlar konum açısından karşılaştırıldığında turizme yönelmiş restoranlar genellikle turistlerin yoğun olduğu yerlerde veya turizm merkezlerinde konumlanmakta iken yerel restoranlar ise yerel halkın yaşadığı yerlerde bulunmaktadır. Ancak konuyu derinlemesine incelemeye olanak veren görgül bir araştırma ile destinasyonlarda turizme yönelmiş ve yerel restoran olmak üzere iki ana biçimleşme dışında da biçimleşmeler olabileceği saptanabilir.

Kapadokya Bölgesi'nde Turizm

Bu çalışmada araştırma alanı Kapadokya bölgesi olarak belirlenmiştir. Kapadokya doğal güzelliklere, tarihi zenginliklere ve kültürel çekiciliklere sahip bir turizm merkezi olarak görülmekte ve kültür ve inanç turizmi ile ön plana çıkmaktadır. Bölgede turizm hareketleri daha çok grup turlarından oluşmaktadır. Bu çerçevede seyahat acentaları bölgede yoğun bir şekilde günlük turlar düzenlemektedir (İlhan ve Ersoy 2011). Bu turlarda turistler doğal ve kültürel çekicilikleri ziyaret etmektedir. Ancak bu çekicilikler kısa süreler içerisinde gerçekleştirilen bu turlar ile gezildiği için turistlerin ortalama kalış süreleri de kısa olmakta ve genellikle iki günü geçmemektedir (Şahin 2013). Yılmaz ve Özdemir (2015) bölgeyi 2014 yılında yerli ve yabancı olmak üzere toplam iki milyon 586 bin 528 turist ziyaret ettiğini belirtmektedir. Bölgede balon turizmi, atlı doğa turizmi, spor ve golf turizmi, eğlence turizmi, termal turizm, kongre turizmi, gastronomi turizmi ve şarap turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri yapıldığı da görülmektedir. Ancak bunların bölgeye kültür ve inanç turizmi kapsamında gelen turistler için birer alt faaliyet olarak yapıldığı veya gastronomi ve şarap turizmi için söylenebileceği gibi çok az sayıda turist katılımı ile çok az sıklıkta gerçekleştiği gözlemlenmektedir (Yılmaz ve Özdemir 2015).

Bölgede yerel gastronominin turizmle bütünleştirilmesi konusunda gelişmeler yaşandığına ilişkin de işaretler bulunmaktadır. Söz gelimi, Çağlı (2012) tarafından yapılan bir çalışmada bölgeye yönelik gastronomi turlarının düzenlendiği,

gastronomi amacıyla bölgenin ziyaret edildiği ve bölgenin hem şarap hem de gastronomi meraklılarını çektiği sonucuna varılmıştır. Şahin (2013) de bölgeye gelen turistlerin seyahatleri esnasında katıldıkları faaliyetler arasında yerel yemekleri deneyimlemenin (%61,7) bulunduğunu ve şarap ile ilgili etkinliklere katılımın da (%11,7) önemli bir faaliyet olduğunu belirtmektedir. Bölgede belirli bir egemen turizm türü (kültür turizmi) ve turizm yapılış biçiminin (paket turla bölgeye turist getirme ve bölgede günlük turlar düzenleme) olması; buna karşın şarap ve gastronomi turizmi gibi turizm türlerinin gelişmeye başlaması gibi nedenlerle Kapadokya'nın çalışmanın amacına uygun bir alan olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca araştırmacıların birinin lisans eğitimini bölgede tamamlaması ve çalışmaya dahil edilebilecek potansiyel katılımcılarla iletişiminin olması da nedenler arasında yer almaktadır.

YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmıştır. Böylece Kapadokya bölgesindeki turizm paydaşlarının görüşlerinin derinlemesine incelenebileceği ve restoran biçimleşmelerine ilişkin ayrıntılı verilere ulaşılabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın deseni, iç içe geçmiş tek durum çalışması olarak belirlenmiştir. Nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak doküman incelenmesi ile yarı yapılandırılmış görüşme; veri analiz yöntemi olarak da içerik analizinden yararlanılmıştır.

Araştırma yöntemi birbirini izleyen ve tamamlayan üç ana bileşenden oluşmaktadır. İlk iki bileşen Türkiye genelinde gastronomi ve turizm ilişkisine dair dokümanların incelenmesi ve Kapadokya bölgesinde gastronomi ve turizm ilişkisine dair dokümanların incelenmesi şeklinde sıralanmaktadır. Üçüncü bileşen olarak iki aşamada toplanan veriler her bir aşamayı takiben içerik analize tabi tutulmuştur. Doküman incelemeleri ile toplanan verilerin analizi sonucu elde edilen bulgular görüşmeler esnasında sorulacak soruların belirlenmesi ve dolayısıyla yarı yapılandırılmış soru formunun oluşturulması için güvenilir bir zemin sağlamıştır.

Veri Toplama

Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine doküman taraması 5-13 Haziran 2014 tarihleri arasında internet üzerinden yapılmıştır. Türleri açısından incelendiğinde taranan dokümanlar arasında haber, röportaj, makale ve demeç şeklinde sınıflandırılabilirler. Diğer taraftan dokümanlar konuyu ele aldıkları coğrafi düzeye göre (ulusal veya bölgesel) "Türkiye'de gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine dokümanlar" ve "Kapadokya'da gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine dokümanlar" olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Dokümanlarda bulunan kaynak kişiler arasında dernek ve birlik temsilcileri, acenta yetkilileri, restoran işletmecileri, gazeteci yazarlar, otel işletmecileri, şefler ve aşçılar, akademisyenler ve turist rehberleri gibi başlıca turizm paydaşları yer almaktadır. Birinci grupta 38 adet ve ikinci grupta 21 adet olmak üzere toplamda 59 adet doküman incelemeye alınmıştır. Bu dokümanlara gastronomi ve turizm, gastronomi turizmi, yemek turizmi, Türkiye ve gastronomi, Kapadokya ve yerel mutfak, Kapadokya ve gastronomi turizmi gibi anahtar kelimeler kullanılarak erişilmiştir.

Araştırma kapsamında veri toplama amacıyla görüşme tekniği de kullanılmıştır. Görüşmelerin belirli bir ölçüde tutarlılık içerisinde gerçekleşmesine katkı vermek ve araştırma ile ilgili başlıca konuları atlamamak için görüşmeler sırasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Soru formundaki olası sorular içerik analizi sonucu elde edilen doküman incelemesinin bulguları ve ilgili alanyazından yararlanılarak oluşturulmuştur. Hazırlanan olası görüşme soruları iki farklı araştırmacı tarafından tekrar incelenmiş ve ardından taslak şeklinde bir görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan taslak soru formu daha önce bölgede profesyonel turist rehberliği deneyimi olan ve halen üniversitelerin turizm rehberliği bölümlerinde öğretim üyesi olan üç uzmanın görüşüne sunulmuş ve önerileri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Görüşme formu iki grup sorudan oluşmaktadır. Birinci grupta Kapadokya bölgesine gelen turist profilinin ortaya çıkarılması, turistlerin yerel mutfak karşı ilgi ve katılım düzeyleri ile enformasyon

kaynaklarının tespit edilmesi, bölgedeki restoran uygulamaları ile ilgili bilgi alınması, bölge turizmde gastronominin rolünün ortaya konulması ve gastronomi turizminin etkin bir şekilde kullanılması hakkında bilgi toplanmasını amaçlayan sorular yer almaktadır. İkinci grup sorular ise katılımcılara ilişkin demografik bilgileri elde etmeyi amaçlamaktadır.

Örneklem

Nitel araştırma yönteminde araştırmacının konusunu oluşturan olay ya da kişilerle ilgili derinlemesine bir inceleme yapabilmek için örneklem küçük tutulmakta ve rastgele örneklem seçimi yerine amaçlı örnekleme tercih edilmektedir (Miles ve Huberman 1994). Bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi çerçevesinde azami çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Buna göre araştırmacının örnekleme dahil edileceklerin Kapadokya bölgesinde turizme yön veren paydaşlardan seçilmesine özen gösterilmiştir. Bu ölçütlere göre görüşme yapılacak olası kişiler belirlendikten sonra iletişim bilgileri kullanılarak her birine önce telefon aracılığıyla ulaşılmış ve kısa bir şekilde araştırmacının amacı ve içeriği ile araştırmacının kimliği açıklanmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcılardan yüz yüze görüşme yapılabilmesi için randevu istenmiş ve randevu listesi oluşturulmuştur.

Görüşmelerin tamamı, gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve 21-26 Temmuz 2014 tarihleri arasında Kapadokya bölgesinde görüşmeler tamamlanmıştır. Katılımcılarla görev yaptıkları kurum, kuruluş veya işletmelerinde görüşme yapılmıştır. Bu bağlamda öğretim üyesi, öğretim elemanı, dernek başkanı, aşçıbaşı, profesyonel turist rehberi, otel genel müdürü, seyahat acentası yetkilisi ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü şube müdürü olmak üzere toplam 12 turizm paydaşı örnekleme dahil edilebilmiştir. Bu sayıdaki paydaşla yapılan görüşmelerle verilerin belirli bir doygunluğa ulaştığı ve anlatıların tekrarlanmaya başladığı anlaşıldığından (Miles ve Huberman 1994) katılımcı sayısı yeterli görülmüştür. Görüşülen her paydaşa önce araştırmacının içeriği ve amacı hakkında bilgi verilmiş, gönüllü katılımcı bilgi-

lendirme formunu doldurmaları istenmiş ve alınan izin ile görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşme yapılan kişiler P1, P2, P3 şeklinde sıralanmış ve katılımcılara P1 ile P12 arasında kodlar verilmiştir. Görüşmelerin süresi 36 dakika ile 70 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Görüşmelerin sürelerine bakıldığında ortalama 49 dakika ve toplamda 596,5 dakika olduğu görülmektedir. Görüşmelerde alınan ses kayıtları yazılı hale getirilmiş, ardından kayıtlar tekrar dinlenilerek yazılı metin ile karşılaştırılmış ve metinlerin doğrulanması yapılmıştır.

Analiz

Çalışmada, gerek dokümanlarda yer alan gerekse görüşmeler ile oluşturulan metinlerin analizi için içerik analizinden yararlanılmıştır. Analize başlamadan önce analiz biriminin belirlenmesi ve tümevarım ya da tümdengelim yaklaşımlarından birinin benimsenmesi gerekmektedir (Braun ve Clarke 2006). Bu bağlamda bu çalışmada doküman incelemesi için ulaşılan her bir doküman ve görüşmeler için de görüşülen her bir katılımcıya ait görüşme metni analiz birimi olarak seçilmiştir. İncelenen olgu ile ilgili gelişmiş bir kuramsal altyapının olması durumunda tümdengelim yaklaşımı benimsenirken aksi durumda ise tümevarım yaklaşımı önerilmektedir (Hsieh ve Shannon 2005). Bu çalışmada, turizm bağlamında restoran biçimleşmeleri ile ilgili bir kuramsal altyapının olmadığı da dikkate alınarak tümevarım yaklaşımı tercih edilmiştir. Bu kapsamda içerik analizinde Strauss ve Corbin (1990) tarafından önerilen modele uyulmuş ve kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve kategorilere ilişkin özellikleri tanımlama işlemleri gerçekleştirilmiştir. Bu sürece uygun olarak önce metinlerin araştırmacılar tarafından ön okuması yapılmış ve daha sonra kod şemaları çıkarılmıştır. Belirlenen kod şemalarına göre dokümanlar ve görüşme metinleri iki farklı araştırmacı tarafından incelenmiş ve kodlamalar yapılmıştır. Ardından kodlamalar karşılaştırılmış, birbirine benzerlik gösteren ve göstermeyen hususlar tespit edilmiştir. Kodlama sürecini takiben kategorilerin oluşturulması aşamasına geçilmiş ve birbiri ile benzerlik gösteren alt kategoriler bir araya getirilerek ana kategoriler oluşturulmuştur. Bu aşamada da

iki araştırmacı arasında kategorilerin oluşumu ve isimlendirilmesi konularında uzlaşarak tartışmalar sonlandırılmıştır.

Yukarıda anlatılan sürece uygun olarak gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine dokümanların (Türkiye ve Kapadokya ile ilgili) analizi için doküman taraması sonucu elde edilen dokümanların araştırmacılar tarafından okumaları yapılmış ve bir kod şeması ortaya çıkarılmıştır. Belirlenen kod şemasına göre dokümanlar 30 Haziran - 8 Temmuz 2014 tarihleri arasında iki farklı araştırmacı tarafından incelenmiş ve kodlamalar yapılmış, kategoriler ve alıntılar belirlenmiştir. Ardından bir araştırmacı eşliğinde iki farklı araştırmacı tarafından yapılan kodlamalar karşılaştırılmış, birbirine benzerlik gösteren ve göstermeyen hususlar tespit edilmiştir.

Görüşmeler ile elde edilen metinlerin analizi için doküman taraması ve ilgili yazından da yararlanılarak bir kod şeması geliştirilmiştir. Ardından 13-18 Ağustos 2014 tarihleri arasında iki farklı araştırmacı kod şemasına göre metinleri tekrar okumuş ve kodlama yapmıştır. İki farklı araştırmacı tarafından yapılan bu işlem sonrasında elde edilen sonuçlar karşılaştırılmış ve tartışılmıştır. Kodlara ilişkin farklılıklar ve tartışmalar bitene kadar bu süreç devam etmiş ve sonunda bir anlaşmaya varılmıştır. Kodlama sürecinin ardından kategorilerin oluşturulması aşamasına geçilmiştir. Bu aşama sonrasında da iki araştırmacı arasında kategorilerin oluşumu ve isimlendirilmesi konularında uzlaşarak tartışmalar sonlandırılmıştır.

İnandırıcılık

Nitel araştırmalarda çalışmanın inandırıcılığı, önemli bir husustur (Yıldırım ve Şimşek 2013). İnandırıcılığı sağlamanın ve göstermenin ise araştırmacının kendisinin veri toplama aşamasına dahil olması (Kozak 2014); araştırma ve veri analiz süreci ile ilgili detaylı bilgi verilmesi, analiz edilen metinden doğrudan alıntılar sunulması, kod şeması kullanarak kodlama yapılması (Elo vd. 2014) kodlamanın en az iki farklı kodlayıcı tarafından yapılması (Hall ve Valentin 2005) ve araştırmacılar arasında kod şemasının geliştirilmesi, kod şemasının metne uygulanması

ve kategorilerin belirlenmesi sürecinde tartışmaların yapılması (Graneheim ve Lundman 2004) gibi yolları bulunmaktadır. Bu çalışmada da bu hususların hepsine dikkat edilmiştir. Bu kapsamda araştırma yöntemine ilişkin olabildiğince ayrıntılı bilgiler verilmiş; bulguların sunumunda metinlerde yer alan ifadelerden doğrudan alıntılar sunulmuş; içerik analizinde öncelikle bir kod şeması geliştirilmiş ve ardından iki farklı araştırmacı tarafından kod şemaları kullanılarak kodlama ayrı ayrı yapılmış ve analizin her aşamasında araştırmacılar arası tartışmalar ve uzlaşma arayışı gerçekleştirilmiştir. Bunlara ek olarak paydaşlardan araştırmacının bulguları ile ilgili görüşlerinin alınması da inandırıcılığı arttırmaktadır. Bu bağlamda analizler sonrasında Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 12 restoran sahibi, müdürü veya işletmecisine ulaşılarak çalışma sürecinde elde edilen bulgular kendilerine anlatılmış, görüş ve fikirleri alınmıştır. Bu süreç sonunda görüşü alınan restoran yöneticileri bulguların bölge için doğruluğunu ifade etmiş ve kendi gerçekliklerini yansıttığını belirtmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bulgular bölümünde önce ön çalışmayı teşkil eden doküman incelemelerine ilişkin bulgulara kısaca yer verilmektedir. Ardından görüşmelere ilişkin bulgular daha kapsamlı ele alınmaktadır. Doküman incelemesi bulgularına göre

Türkiye’de gastronomi ve turizm ilişkisinin geliştirilmesi ve etkin bir şekilde sürdürülmesi için turizm paydaşları arasında güçlü bir desteğin var olduğu söylenebilir. Kapadokya bölgesi ile ilgili olarak da yerel gastronominin öneminin paydaşlar arasında kavranmış olduğu; bu konuda ilk adımların atılmaya başladığı ancak yolun çok başında olduğu; tanıtım açısından henüz gastronomiye beklenen değerin verilmediği şeklinde bulgular ortaya çıkmıştır.

Görüşme yapılan katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Katılımcıların yaşlarının 26 ile 60 arasında değiştiği ve profesyonel turist rehberi, seyahat acentası yetkilisi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü şube müdürü, öğretim üyesi ve elemanı, aşçıbaşı, dernek başkanı, yönetim kurulu üyesi gibi çeşitli görevlerde bulunduğu görülmektedir. Katılımcıların toplam çalışma süresinin beş ile 38 yıl arasında değiştiği ve bölgede çalışma süresinin de 0,5 ile 38 yıl arasında olduğu dikkat çekmektedir.

Görüşmeler yolu ile elde edilen verilerin içerik analizine tabi tutulması sonucu elde edilen bulgular Tablo 2’de sunulmaktadır. Buna göre Kapadokya bölgesindeki restoran biçimleşmelerinin kavramsal yapısının dört adet ana kategori ile on dokuz alt kategoriden oluştuğu görülmektedir. İlk ana kategori bölgeyi ziyaret eden turistlerin profili ve davranışları ile ilgilidir ve bunun içerisinde milliyet çeşitliliği (bölgenin çok sayıda

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı	Yaş	Eğitim	Meslek	Toplam Çalışma Süresi	Bölgedeki Çalışma Süresi
P1	50	Lisans	Seyahat Acentası Yetkilisi- Rehber	25	20
P2	36	Lise	Dernek Başkanı- Aşçıbaşı	25	25
P3	26	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	9	6
P4	51	Lisans	Halkbilimci- Şube Müdürü	27	25
P5	51	Doktora	Öğretim Üyesi	30	24
P6	47	Doktora	Öğretim Üyesi	22	22
P7	60	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	38	38
P8	48	Lisans	Yönetim Kurulu Üyesi – 5* Otel Genel Müdürü	30	24
P9	28	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	5	5
P10	38	Lisans	Öğretim Elemanı- Aşçıbaşı	12	6
P11	47	Lise	Dernek Başkanı – Rehber	28	18
P12	27	Lisans	Öğretim Elemanı	9	0.5

ülkeden gelen turistler tarafından ziyaret edilmesi) katılımcıların sıklıkla vurguladığı bir husustur. Turistlerin bölgeyi daha çok kültürel ve doğal çekicilikleri deneyimleme motivasyonları ile ziyaret ettiği anlaşılmaktadır. Seyahat şekli olarak bakıldığında turistlerin bölgeye paket tur kapsamında veya bireysel olarak geldikleri görülmektedir. Ağırlıklı olarak ise paket tur kapsamında bölgenin ziyaret edildiği saptanmıştır. Bu durum bölgede yapılan önceki çalışmaların (İlhan ve Ersoy 2011; Şahin 2013; Aslan vd. 2014; Yıldız ve Kılıç 2016) bulguları ile örtüşmektedir. Öte yandan bulgular bölgeye gelen turistlerin seyahat şeklinin konaklama türünü de etkilediğini göstermektedir. Bu bağlamda paket turla gelen turistler yıldızlı otellerde konaklama yaparken bireysel olarak gelenler ise butik otellerde konaklama yapmayı tercih etmektedir. Bölgede kalış süresinin nispeten kısa olduğu bilinmektedir. Bölgeye gelen turistlerin seyahat şekline göre ka-

lış sürelerinin değiştiği de görülmektedir. Genellikle paket turla gelen turistler ortalama iki gece civarında kalmaktadır. Bireysel olarak seyahat edenlerde ise bu süre üç geceye çıkabilmektedir. Bölgeye gelen turistlerin bölgede yaptıkları ortalama harcama miktarı paket turla veya bireysel olarak geliş şekline göre değişmektedir. Bunun yanında internet üzerinden satın alma davranışı çoğunlukla bireysel olarak bölgeye gelen turistlerde görülmektedir.

Ana kategorilerin ikincisini egemen turizm anlayışı oluşturmaktadır. Buna göre bölgede sıklıkla günlük turlar düzenlenmektedir. Acentalar tarafından düzenlenen bu turlarda ziyaret edilen yerler önceden belirlenmekte ve değiştirilmemektedir. Bu bağlamda öğle yemeğine ayrılan süre kısa olmakta ve turistlerin damak tadına uygun olduğu düşünülen açık büfe restoranlar tercih edilmektedir. Bulgular seyahat acentalarının

Tablo 2. Görüşmeler ile İlgili Bulgular

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Turist Profili ve Davranışı	Milliyet Çeşitliliği	"Ocak- Şubat- Mart aylarında genelde Uzakdoğu çalışırız. Genelde Uzakdoğu çalışıyoruz. Yaz döneminde Rus ve Polonyalı geliyor. Temmuz'un ortasından Kasım'a kadar Fransız, Alman, Belçika. Ama genelde Fransız ve Alman ağırlıktadır. İspanyol ve İtalyanları da unutmayalım." (P2)
	Seyahat Motivasyonu	"Bölgeye gelen turistler daha ziyade kültür turizmi dediğimiz bölgedeki Hıristiyanlık dönemine ait tarihi izleri görmek adına bölgeye gelmekte. Bunun yanında doğal güzellikler olarak da peribacaları bölgemizde doğal çekicilikleri oluşturmaktadır. Peribacalarını izlemeye gelen insan sayısı da oldukça yoğundur." (P4)
	Seyahat Şekli	"İnsanlar kafasında çıkarken ben Kapadokya'ya gideyim iki gün kalayım diye bir şey yok. Adamlar 10 günlük Anadolu turu içinde onun bir ayağı olarak görüyor. ... Buraya paket turla geliniyor, bireysel gelenler de var ama ağırlıklı dediğin zaman %80-90 diye bir rakamla söylenir paket tur." (P5)
	Konaklama Türü	"Genelde paket tur alan turistler yıldızlı otellerde kalıyorlar, kişi sayısı fazla olduğu için, butik otellerde sayı az olduğundan. Bireysel gelen turistler genelde butik otellerde kalıyorlar." (P9)
	Kalış Süresi	"Turistlerin konaklama süreleri ciddi bir sıkıntımız. Hala değişmedi. Münferit hareketlerde bu ortalama üç dört günü bulmakta, ama paket turlarla gelen, seyahat acentalarının programları ile gelenler hala bölgede maksimum iki geceleme yapmaktadır." (P8)
	Harcama Düzeyi	"Dolayısıyla rakamsal boyuttan ziyade butik tesislerde kalan misafirlerin bölgeye bıraktıkları daha fazla. Çünkü bireysel geziyorlar, bölgedeki bireysel işletmelerden hizmet alıyorlar, dolayısıyla bölgeye daha fazla katkı sunuyor. Gruplar da ise bu işi organize eden İstanbul, Antalya ve Ege. Bunlar paketledikleri için direk müşteriden parayı tahsil ediyorlar. Buralara çok cüzi miktarda konaklama ve yeme içmede para bırakıyorlar." (P1)
	Satın Alma Davranışı	"Bireysel olarak gelenler internette araştırma yaparlar ya da kendi ülkelerinde bir acentadan hizmet satın alırlar. Ama ağırlıklı olarak şu an turizmin şekli de ona dönüyor internet üzerinden alırlar. İnternette otelleri araştırırlar, belli sitelerde otellerin kaç puan aldıklarına bakarlar, ona göre otel seçimini yaparlar. Daha sonra da ya otelden ya da buradaki seyahat acentasından hizmet alırlar. Balon turu ve normal Kapadokya rehberli gezileri satın alırlar." (P3)

Tablo 2. Görüşmeler ile İlgili Bulgular (Devam)

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
	Günlük Turlar Düzenlenmesi	“Bölgede aslında alternatif olarak birçok tur var. Başlangıçta klasik kültür turları dediğimiz birisi Nevşehir Avanos-Ürgüp üçgeninde kalan peribacalarının bol olduğu bir destinasyon. Bir yeraltı şehri, krater gölü, İhlara Vadisi ve kervansarayları içine alan başka bir destinasyon. Bir diğeri ise Roma kalıntıları, kaya oyma kiliseleri içerisine alan Soğanlı Vadisi istikameti var. Bunlar kültürel amaçlı sürekli turların gittiği bölgeler. Özel ilgi turları var, yürüyüş (yarım gün 7-15 km) yapıyor, onun akabinde kültürel faaliyet yapıyor. çanak çömlek, halı dokumayı görebiliyor, taş onyx, ata binebiliyor, rafting yapma imkanını sunmuştuk. Kano yapabiliyor, bisiklet binebiliyor.” (P1)
Egemen Turizm Anlayışı	Tur Programlarının Katı Olması	“Rehberler olarak bizim programımız acentalar tarafından belirlenir. Acentaların anlaştıkları yerler vardır, şurada yemek yiyeceksin, şunlara gideceksin, şunları yapacaksın derler. Dolayısıyla ne kadar siz bir rehber olarak yöresel tatları tattırayım deseniz de tattıramıyorsunuz...” (P8)
	Maliyet ve Satış Kaygısının Baskın Olması	Acentalar birazcık kazanç amaçlı baktıkları için olaya zaten öğle yemekleri ağırlıklı olarak satılıyor. Onlarda en ucuz öğle yemeklerini nereden alıyorsa oraya götürüyorlar. Gastronomi konusunda çok iddialı olmak istemiyorlar. Şaraptan da pek bir gelir elde etmedikleri için eklemiyorlar.” (P3)
	Enformasyon Arayışı	“Bölgeye gelmeden yerel yiyeceklerle ilgili araştırma yapanlar var. Nasıl yapanlar var. Gelip özellikle bazı yemekleri soranlar var. Onlarda ellerine verdikleri broşür, birkaç kitapçık, bunlarda yazılan restoranlar var, oraya gelip pide yemek bu da bizim yöresel yemeklerden bir tanesi, saç kavurma yemek, fasulye veya dolma yemek istiyorlar.” (P10) “Bizden özellikle bilgiyi yemeği yedikten sonra talep ediyorlar. Bunun içinde neler var, nasıl yapıyor. Yemeden, o tadı almadan gerçekten onu algılayamıyorlar.” (P1)
Yerel Gastronomi ile İlişkili	Yerel Mutfağı Deneyimleme	“Özellikle Batı ülkelerinden gelenler yerel mutfağa müthiş ilgililer, ama Uzakdoğu’dan gelenlerde bir sıkıntı var hala. Özellikle Hintli sıkıntı var, Çinlilerde sıkıntı var, Japonlarda sıkıntı var. Sebep farklı bir damak tadına sahip Anadolu mutfağı...” (P1) “Almanlar gelir yöresel yemek yer, Fransızlar, Turist İtalyanlar vb. gelir yöresel yemekleri yer. Hintliler ve Koreliler hariç, bunlar kendi çorbasını da kendi Davranışları yanında getirir, yosununu da kendi yanında getirir.” (P11)
	Gastronomik Turizm Ürünlerini Tüketme	“Çoğunluğu bu turistlerin yerel yani turistik restoranlarda değil de normal halkın yemek yediği restoranlarda yemek yemek istiyorlar, onu tatmak istiyorlar. Bunun birçok nedeni var. Çünkü orada fiyat dengesi çok önemli. Oradaki yemeklerin daha ucuz olduğunu düşünüyorlar turistik restoranlardan. İçeriklerinin de daha düşük fiyatta olduğunu, aslında daha kaliteli olduğunu da düşünüyorlar. Genelde normal halk nerede yiyorsa biz orada yiyecek düşüncesi var.” (P9)
	Hedef Pazar	“Bireysel bazda gezenlerin talepleri var. Hangi restoranda ne yiyebilirim diye araştırıyor. Yerel bir şeyi tatmak istiyor. Yavaş yavaş butik otelleri restoran açmaya zorluyor. Çünkü dışarıdan böyle bir hizmeti alamıyorlar. O zaman kendisi restoran açıyor, bu müşterinin talebine karşılık cevap vermeye çalışıyorlar.” (P1)
	Maliyet Kaygısı	“Yerel yiyeceklere yer veriliyor, nasıl veriliyor, bugün sizi yerel mutfağa götüreceğiz deyip götürüyorlar. Öğle yemeğinde tur esnasında Göreme’de bir restorana götürüyorlar, bu restoran çömlek kebabı diye sunuyor, beyaz et var kırmızı et olması gerekirken. Sezon başında anlaşma yapmış ve söz vermiş, maliyeti kurtarmak adına yerel mutfağa benzeyen bir takım ürünler sunuyor.” (P6)
Restoran Uygulamaları ve Biçimleşmeleri	Uyarlanma	“O ülkelerin lezzeti yönünde mesela Hintlilere özel baharatlı ve vejetaryen yemekleri çıkartabiliyorlar. O sebeple güncelliyorlar. Milliyetlere göre bir hazırlık da var.” (P1) “Bölgede bir Hint restoranı var, aşçıları Hintli, Türk değil. Uzakdoğu restoranı var aşçıları Uzakdoğulu.” (P2) “Uyarlıyorlar kendilerini. Menü olarak uyarlıyorlar. Çoğunluğunda İngilizce açıklama şeklinde var. En azından içinde ne olduğu İngilizce açıklama şeklinde var. Haricen de Japon gruplar için menüler Japonca yapılabiliyor. Ağırlıklı olarak İngilizce şeklinde var.” (P3)
	Otantik Atmosfer	“Oyma mağaraların restorana çevrilmesi, eski Yunan evlerinin, taş evlerin içerisinde restoranların olması, buralarda servis yapılması, yine bu evlerin içerisinde bölgede yapılan çanak çömleklerin konulması, kilimlerin duvarlara asılması, Soğanlı bebeklerinin süs olarak kullanılması çok şahane. Gruplara hizmet veren restoranların haricinde hemen hemen hepsi bu tür restoranlar. 3/4’ü bu şekilde restoranlardır.” (P3)
	Yerel Sunum	“İbrahimpaşa’da Babayan Restoran var, orada bir abimiz var lakabı bombacı, geçen yıl bizi bir yemeğe davet etti, tamamen kendi inşa etmiş evi, çok güzel bir vadi üzerinde, yemeklerini tamamen annesi ile eşi yapıyor, tamamen yöresel sunum. İşte bizim bu tür mekânlara ihtiyacımız var. Öyle bir mekân yap ki kaya oyması her şeyi var, içeride diğer illerimizin veya Türk mutfağını kötülemek adına değil bizim yöresel yemeklerimize sahip çıkmadığımızı gösteren bir örnek olduğu için söylüyorum.” (P2)

Tablo 2. Görüşmeler ile İlgili Bulgular (Devam)

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Uygulamaları ve Biçimleşmeleri	Restoran Biçimleşmeleri	<p>"Gruplar genelde otelde yiyor. Gruplar bölgeye çok ucuz fiyatlara gelmeye başladı. Burada bizim maliyetlerimiz çok önemli." (P2)</p> <p>"Grup turu yaptığımızda grup turlarında gittiğimiz restoranlar açık Restoran büfe restoranlar. Açık büfe restoranlara çok lüks restoran umuduyla gittiler ve umduklarını bulamadılar doğal olarak. Menüden şikâyet geldi. Kırmızı et yoktu şeklinde." (P3)</p> <p>"Bunun yanı sıra butik anlamda gastronomi restoranları var. Gerçekten bunları hakkını yemeyelim. 100 işletme varsa bunların beşi hak ediyor. O beş tane yerel kültürü de yansıtıyor, tasarımı da yansıtıyor. Birkaç örnek var, çok azınlıkta." (P7)</p> <p>"Göreme'de restorancılık gelişmiş durumda ama yöresel mutfak gelişmiş değil. Göreme'de Hint restoranı var, Göreme'de Uzakdoğu restoranı var, Göreme'de Türk restoranı yok. Göreme'de Kapadokya yemeklerini yapan restoran yok denecek kadar az. Bu restoranların açılma sebebi şöyle. Açılan restoranlar acentanın kendi restoranı, kendi grubu, kendi müşterisi, kendi yemeği. Olaya öyle bakalım." (P2)</p> <p>"Şehir içinde dolaşırken çok güzel bir yöre halkından birinin yaptığı yemekleri sunduğu bir restoran var. Ama sadece buna biz gidiyoruz." (P12)</p>

günlük tur programlarına dahil edilecek restoranları tercih ederken maliyet ve satış kaygısının baskısı altında olduklarına da işaret etmektedir.

Ana kategorilerinden üçüncüsünü yerel gastronomi ile ilişkili turist davranışları oluşturmaktadır. Bu ana kategori kapsamında bulunan kategoriler ise enformasyon arayışı, yerel mutfak deneyimleme ve gastronomik turizm ürünlerini tüketme şeklinde sıralanmaktadır. Bölgeye gelen turistlerin az da olsa bir kısmı gelmeden önce kitap, broşür, internet gibi kaynaklardan yerel gastronomi ile ilgili araştırma yapmaktadır. Ancak büyük bir kısmı bölgeye geldikten sonra yerel gastronomi hakkında enformasyon arayışı içerisine girmektedir. Araştırma bulguları turistlerden bazılarının yerel mutfak deneyimlemeye açık olduğunu, bazılarının ise bundan uzak durduğunu göstermektedir. Buna göre turistlerin yerel gastronomi ile ilgili motivasyonlarının ve enformasyon arayışlarının sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum önceki çalışmaların bulguları ile benzerlik göstermektedir. Söz gelimi Boyne vd. (2003) tarafından yerel yiyecek ve içecekler ile ilgili yapılan turist sınıflandırmasında Tür 2 grubunda yer alan turistlerin de yerel gastronomi ile ilgili enformasyon arayışında olmadıkları ve sadece yerel yiyecekler ile karşılaştıkları zaman enformasyon arayışına girdikleri belirtilmektedir. Hjalger'in (2004) dörtlü turist sınıflandırmasında rekreasyonel ve taklitçi turistlerin de yerel gastronomi ile ilgili

motivasyonlarının ve enformasyon arayışlarının kısıtlı olduğu söylenmektedir. Mevcut araştırmanın bulgularına göre yerel mutfak deneyimleme davranışı turistlerin milliyetine göre farklılık gösterebilmektedir. Söz gelimi, Batılı turistler yerel mutfak deneyimleme hususunda istekli iken Uzakdoğu ve Hint turistlerin yerel mutfak deneyimleme hususunda istekli olmadığı anlaşılmaktadır. Daha önce yapılan çalışmaların bulguları da (Mitchell ve Hall 2003; Ignatov ve Smith 2006; Yun vd. 2011; Vujicic vd. 2013) kültürel mesafenin yüksek olarak algılandığı ülkelere yapılan seyahatlerde turistlerin yerel yiyecekleri tüketme motivasyonlarının düşük olduğuna işaret etmektedir. Mevcut çalışma kapsamı ve hacmi sınırlı kalmakla birlikte bölgede turistlere yerel restoranlarda yemek yeme, şarap tadımı, yemek festivalleri, yemek pişirme kursları, bağbozumu ve şarap festivali gibi gastronomik turizm ürünlerinin sunulduğunu ve daha çok bireysel olarak seyahat edenler olmak üzere bu ürünleri tüketen turistlerin olduğunu da göstermektedir.

Ana kategorilerinden sonuncusunu restoran uygulamaları ve biçimleşmeleri oluşturmaktadır. Bu ana kategori kapsamında bulunan alt kategoriler ise hedef pazar, maliyet kaygısı, uyarlanma, otantik atmosfer, yerel sunum ve restoran biçimleşmeleri şeklinde sıralanmaktadır. Bölgede bulunan restoranlar hedef pazar olarak kendilerine yerel halkı, paket turla gelen ve günlük turlara katılan turistleri veya bireysel olarak seyahat

eden turistleri seçebilmektedir. Diğer taraftan restoran işletmelerinin operasyonlarında maliyet kaygısını ciddi şekilde hissedebildikleri de görülmektedir. Bazı restoranların maliyeti öncelikli kılması ve bu bağlamda sunulan yerel yiyeceklerin içeriğinde değişikliğe gitmesi veya porsiyon miktarını düşürmesi bu duruma örnek teşkil etmektedir. Maliyet kaygısının ve turist davranışlarının da etkisiyle restoranların (özellikle turistlere hitap edenler) bazı nitelikleri açısından uyarlanabileceğine yönelik bulgular da elde edilmiştir. Bu bağlamda restoranlar turistlerin damak tadına göre menülerini oluşturabilmekte ve yemeklerde, serviste ve işgören seçiminde uyarlamaya gidebilmektedir. Öte yandan, bölgede bazı restoranlar uyarlanmanın aksine yerel sunumu tercih edebilmektedir. Bu çerçevede turistlerin gittikleri yerin yemek kültürünü deneyimlemek isteyecekleri düşüncesine dayanılarak yerel malzemeler kullanılmakta, yerel yemekler hazırlanmakta ve yerel şaraplar sunulmaktadır. Ayrıca yerel halktan çalışanlar tercih edilmekte veya yerel adetlere göre yiyecek ve içecek servisi yapılmaktadır. Bölgede özellikle turistlere yönelen restoranların hemen hepsinde otantik atmosferin öne çıkan bir uygulama olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede restoranlar kaya oyma veya bölgeye özgü sarı taşlardan yapılan mekânları tercih edebilmekte ve dekorasyonda halı, kilim, çanak ve çömlek gibi bölgeye özgü kültürel unsurları kullanabilmektedir. Bölgedeki restoranların bölgeye özgü unsurları kullanarak otantik bir atmosfer sunma çabasına ilişkin bulgular George (2001) ve Molz (2004) tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile örtüşmektedir. Söz gelimi George (2001) Çin restoranlarında Çin kültürüne özgü unsurların (renkler, sofrta takımları, üniformalar gibi) kullanılması ile müşterilerde otantik bir atmosfer algılamasının yaratıldığı sonucuna ulaşmıştır. Molz (2004) ise Amerika'da bulunan Tai restoranlarında otantikliğin sunulan yiyecekler aracılığıyla yaratıldığını saptamıştır.

Çalışmanın önemli bulgularından biri de bölgede çok sayıda restoran biçimleşmesinin var olduğudur. Bölgedeki restoran biçimleşmelerinin (i) paket turla seyahat edenlerin yemek yediği, yıldızlı oteller bünyesinde yer alan ve açık büfe servis sunan *otel restoranları*; (ii) grup halinde

gerçekleştirilen günlük turlara katılanların yemek yediği ve acentalarla anlaşmalı olarak hizmet veren *grup restoranları*; (iii) bireysel olarak seyahat edenlerin yerel yemekleri tatmak için ziyaret ettiği bağımsız şekilde veya bir butik otel bünyesinde hizmet veren *butik restoranlar*; (iv) Uzakdoğu'dan ve Hindistan'dan gelen turistler için hizmet veren Japon, Kore, Hint restoranları gibi *etnik restoranlar* ve (v) yerel halkın yemek yediği ve menüsünde pide - kebab çeşitleri ya da dönerin ağırlıkta olduğu ve daha çok şehir merkezinde konumlanmış olan *kebab ve pide restoranları* şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma bulguları ile tanımlanan bu restoran biçimleşmeleri ise ilgili alanyazına önemli bir katkı olarak görülmektedir. Daha önce destinasyonlardaki restoranların biçimleşmelerine ilişkin yerel ve turizme yönelmiş şekilde bir tanımlama (Cohen ve Avieli 2004) yapılmışken bu çalışma ile çok sayıda biçimleşme olabileceği ortaya konmuş olmaktadır.

SONUÇ

Araştırmanın amacı bir turizm destinasyonunda ne tür restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkabileceğini belirlemek ve destinasyonda farklı restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkmasında turist profili ve davranışının nasıl bir rol oynadığını anlayabilmektir. Bu bağlamda araştırma çerçevesinde doküman incelemesi ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Doküman incelemesi olarak öncelikle Türkiye genelinde gastronomi ve turizm ilişkisine dair dokümanlar incelenmiş ve ardından Kapadokya bölgesi ile ilgili gastronomi ve turizm ilişkisine dair dokümanlar incelemeye alınmıştır. Son aşama olarak da bölgedeki paydaşlarla görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma bulguları özellikle turist davranışı ve turizm türünün restoran uygulamalarını ve dolayısıyla restoran biçimleşmelerini etkileyebileceğini göstermiştir. Turist profili ve davranışı ile bölgedeki egemen turizm anlayışı turistlerin yerel gastronomi ile ilgili davranışlarının şekillenmesinde de rol oynamaktadır. İlk olarak turistlerin yerel gastronomi ile ilgili enformasyon arayışlarının sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan turistlerin yerel mutfağı deneyim-

lemeye açık olmaları ya da bundan uzak durmalarında milliyetlerinin etkisinin olduğu da anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yerel gastronomik turizm ürünlerini tüketme davranışları da sınırlılık göstermektedir. Bölgedeki turizm anlayışı ve turist davranışına ilişkin çok sayıda faktörün oluşturduğu bağlamda restoran uygulamaları da seçilen hedef pazara ve maliyet kaygısının hissedilme düzeyine göre uyarlanma ya da yerel sunum uçlarından birine kaymakta veya bunların arasında kalmaktadır. Ancak her koşulda bölgedeki restoranların bölgeye özgü unsurları kullanarak otantik bir atmosfer sunma çabası içerisinde oldukları görülmektedir. Bu bağlamda menü, atmosfer, konum ve insan kaynağının uyarlanması veya yerel özellikler taşıması restoranları birbirinden farklılaştırabilmekte ve bir destinasyonda çok sayıda restoran biçimleşmesinin gözlemlenmesine yol açabilmektedir. Söz konusu restoran uygulamalarının da bölgede çok sayıda otel restoranları, grup restoranları, butik restoranlar, etnik restoranlar ve kebab ve pide restoranları gibi restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkmasında önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

Araştırmanın hem kavramsal hem de metodolojik açıdan ilgili alanyazına çeşitli katkılarının olduğu söylenebilir. Kavramsal açıdan bakıldığında çalışmanın en önemli katkıları şu şekilde açıklamak mümkün olmaktadır. Bu çalışmada bir turizm destinasyonunda gözlemlenebilecek restoran biçimleşmelerinin alanyazında var olan restoran sınıflandırmalarından farklı olduğu anlaşılmaktadır. Bu farklılığın nedenini ise bir destinasyondaki restoran uygulamalarının o destinasyonu ziyaret eden turistlerin davranışı ve destinasyondaki egemen turizm türünün etkisi ile ortaya çıkabileceği ve bu uygulamaların farklı biçimleşmeleri de beraberinde getirebileceği şeklinde açıklamak mümkün olmaktadır. Araştırmanın ikinci önemli kavramsal katkısı araştırma ile restoran uygulamaları ve bunların ortaya çıkardığı restoran biçimleşmelerine ilişkin ayrıntılı tanımlamaların verilmesi ve bu tanımlamaların bir destinasyondaki turizm paydaşlarının gözünden sunulması şeklinde söylenebilir. Çalışmanın metodolojik katkısı ise Türkiye’de gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine yapılan araştırmalar ara-

sında yöntem açısından da bir yenilik oluşturmaktadır. Diğer bir ifade ile daha çok nicel araştırma yaklaşımı ile yapılan önceki çalışmalara karşın bu çalışmada doküman incelemesi ve görüşmeleri içeren ve verilerin içerik analizi çerçevesinde analize tabi tutulduğu bir nitel yaklaşımın benimsenmiş olması ve belirli bir destinasyondaki turizm paydaşlarının görüşlerinin bu yolla incelenmiş olması önemli bir metodolojik katkı olarak görülebilir. Bu çerçevede nitel yöntemin bir destinasyonda gastronomik turizm ürünlerinin biçimleşmesinde turist davranışı ve turizm anlayışı gibi unsurların rolünü anlamada kullanılacak bir yaklaşım olduğu da gösterilmiş olmaktadır.

Araştırma çerçevesinde destinasyon pazarlamacıları ve yöneticileri ile restoranlar için çeşitli öneriler getirmek de olanaklı olmaktadır. Bölgede restoranlarla ilgili tanıtım niteliği taşıyan bir rehber olmadığı görülmektedir. Turistlerin enformasyon arayışına yanıt vermek amacıyla bölgede bulunan restoranlara ilişkin restoranların isimleri, iletişim bilgileri, menü içerikleri, türleri gibi bilgilerin yer aldığı restoran rehberleri oluşturulabilir. Restoran rehberlerine temel teşkil edecek şekilde menü, atmosfer, insan kaynağı ve konum gibi nitelikler açısından restoranlara ilişkin bir sınıflandırma yapılabilir. Diğer yandan bölgede restoranlar ile ilgili bir örgütlenmenin olmadığı görülmektedir. Bölgedeki restoranların kalite ölçütlerini geliştirmek amacıyla bölgedeki paydaşlar arasında koordinasyon ve işbirliğini sağlayacak bir örgütlenmeye gidilebilir. Bu örgütlenmenin de yönlendirmesi ile bölgede var olan ve farklı biçimlerde ortaya çıkan restoranlar arasında ürün tedarikinde ve tanıtımında işbirliği yapılabilir. Böylece yerel yiyecek malzemelerinin daha fazla oranda kullanımının teşvik edilmesi de olanaklı olabilir. Diğer taraftan bölgede yerel yiyecekleri ve kültürü sunma çabası içerisinde olan butik restoranların açılmasına ve desteklenmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.

Araştırmanın bir takım sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın başlıca sınırlılığını kültür turizminin egemen olduğu Kapadokya bölgesinde yapılmış olması oluşturmaktadır. Bu bağlamda ileriki araştırmalar farklı turizm türlerinin egemen olduğu farklı destinasyonlarda yapılabilir.

Söz gelimi, deniz-güneş-kum turizminin egemen olduğu Antalya bölgesinde bir araştırma gerçekleştirilebilir. Araştırma kapsamında nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak doküman incelenmesi ile yarı yapılandırılmış görüşmeden yararlanılmıştır. İleriki araştırmalarda odak grup görüşmesi de doküman incelemesi ve görüşmelere ilave olarak kullanılabilir ya da nicel yaklaşım çerçevesinde genellemelere de olanak verecek şekilde anket yöntemi kullanılabilir. Araştırmada örneklem dahilinde çeşitli turizm paydaşları ile görüşmeler yapılmıştır. İleriki çalışmalarda farklı örneklemeler üzerinde araştırmalar gerçekleştirilebilir. Söz gelimi, araştırma seyahat acentaları ve tur operatörleri ya da restoran işletmecilerinin bakış açısıyla özelleştirilerek ele alınabilir. Araştırmanın bölgede var olan gastronomik turizm ürünlerinden sadece restoranlar üzerinde gerçekleştirilmesi diğer bir sınırlılığı oluşturmaktadır. Bu bağlamda ileride bölgede var olan diğer gastronomik turizm ürünleri temel alınarak da çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Andersson, T. D. ve Mossberg, L. (2004). The Dining Experience: Do Restaurants Satisfy Customer Needs?, *Food Service Technology*, 4: 171-177.
- Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4): 3-13.
- Batra, A. (2008). Foreign Tourists' Motivation and Information Source(s) Influencing Their Preference for Eating Out at Ethnic Restaurants in Bangkok, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9 (1): 1-17.
- Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F. (2003), Policy, Support and Promotion for Food Related Tourism Initiatives: A Marketing Approach to Regional Development, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14 (3/4): 131-154.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2006). Qualitative Research in Psychology, *Using Thematic Analysis in Psychology*, 3: 77-101.
- Bujisic, M., Hutchinson, J. ve Parsa, H. G. (2014). The Effects of Restaurant Quality Attributes on Customer Behavioral Intentions, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26 (8): 1270-1291.
- Choi, J. ve Zhao, J. (2010). Factors Influencing Restaurant Selection in South Florida: Is Health Issue One of The Factors Influencing Consumers' Behaviour When Selecting Restaurant?, *Journal of Foodservice Business Research*, 13: 237-251.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 755-778.
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı.
- Çalışkan, O. ve Özdemir, B. (2011). Uluslararası Turizm İşletmeciliğinde Restoran Yönetimi. İçinde İ. Pınar, O. İçöz ve O. Çulha (Editörler). *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*. (ss.251-282). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çizel R., Çizel B., Sarvan E.F. ve Özdemir B. (2013). Emergence And Spread of All Inclusive System in Turkish Tourism Sector And Strategic Responses of Accommodation Firms, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 14 (4): 305-340.
- Dahmer, S. J. ve Kahl, K. W. (2009). *Restaurant Service: Basic*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Edwards, J. S. ve Overstreet, K. (2009). What Is Food Service?, *Journal of Foodservice*, 20 (1): 1-3.
- Elo, S., Kaariainen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. ve Kyngas, H. (2014). *Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness*. Sage Open. 1-10. DOI: 10.1177/2158244014522633.
- Fields, K. (2002). Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors. İçinde A. M. Hjalager. ve G. Richards (Editörler). *Tourism and Gastronomy*. (ss.36-50). Londra: Routledge.
- George, R. T. (2001). Dining Chinese: A Consumer Subgroup Comparison, *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4 (2): 67-86.
- Graneheim, U. H. ve Lundman, B. (2004). *Qualitative Content Analysis in Nursing Research: Concepts, Procedures and Measures to Achieve Trustworthiness*, Nurse Education Today, 24: 105-112.
- Gustafsson, I. (2004). Culinary Arts and Meal Science – A New Scientific Research Discipline, *Food Service Technology*, 4 (1): 9-20.
- Hall, C. M. ve Valentin, A. (2005). Content Analysis. İçinde B. Ritchie, P. Burns ve C. Palmer (Editörler). *Tourism Research Methods*. (ss. 191-209). Cambridge: CAB International.
- Han, H. ve Ryu, K. (2009). The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33 (4): 487-510.
- Hjalager, A. M. (2004). What Do Tourists Eat and Why? Towards A Sociology of Gastronomy and Tourism, *Tourism*, 52 (2): 195-201.
- Hsieh, H. ve Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis, *Qualitative Health Research*, 15 (9): 1277-1288.
- Ignatov, E. ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists, *Current Issues in Tourism*, 9 (3): 235-255.
- İlhan, İ. ve Ersoy, E. (2011). Nevşehir Ekonomisinin Sektörel Analizi. I. *Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu*. Cilt 4. (ss. 153-193). Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi.

- Kılınç, O. ve Çavuş, Ş. (2010). Yiyecek - İçecek Sektörüne Genel Bakış. İçinde M. Sarıışık, Ş. Çavuş ve K. Karamustafa (Editörler). *Profesyonel Restoran Yönetimi: İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar*. (ss. 1-18). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kim, J. ve Boo, S. (2011). Influencing Factors on Customers' Intention to Complain in a Franchise Restaurant, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20: 217-237.
- Kim, E. J. ve Geistfeld, L. V. (2003). Consumers' Restaurant Choice Behavior and The Impact of Socio-Economic and Demographic Factors, *Journal of Foodservice Business Research*, 6 (1): 3-24.
- Kivela, J. (1997). Restaurant Marketing: Selection and Segmentation in Hong Kong, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9 (3): 116-123.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımla Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. ve Chang, R. C. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 928-936.
- Mitchell, R. ve Hall, C. M. (2003). Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behaviour. İçinde C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis ve B. Cambourne (Editörler). *Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets*. (ss.60-80). New York: Routledge.
- Miles, B. M. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book*. California: Sage Yayınları.
- Mkono, M., Markwell, K. ve Wilson, E. (2013). Applying Quan and Wang's Structural Model of the Tourist Experience: A Zimbabwean Netnography of Food Tourism, *Tourism Management Perspectives*, 5: 68-74.
- Molz, J. G. (2004). Tasting an Imagined Thailand: Authenticity and Culinary Tourism in Thai Restaurants. İçinde L. M. Long (Editör). *Culinary Tourism*. (ss. 53-75). Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Nam, J. H. ve Lee, T. J. (2011). Foreign Travelers' Satisfaction with Traditional Korean Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 30: 982-989.
- Ottenbacher, M. ve Harrington, R. J. (2009). The Product Innovation Process of Quick-Service Restaurant Chains, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21 (5): 523-541.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2): 218-232.
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2011). Otel Dışı Yemek Deneyimi. İçinde İ. Pırnar, O. İçöz, ve O. Çulha (Editörler). *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*. (ss.475-496). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özdemir B., Çizel B. ve Çizel R. (2012a). Satisfaction with All-Inclusive Tourism Resorts: The Effects of Satisfaction with Destination And Destination Loyalty, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13: 109-130.
- Özdemir, B., Aksu, A., Ehtiyar, R., Çizel, B., Çizel, R. B. ve İçigen, E. T. (2012b). Relationships Among Tourist Profile, Satisfaction and Destination Loyalty: Examining Empirical Evidences in Antalya Region of Turkey, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21: 506-540.
- Özdemir, B., Yılmaz, G., Çalışkan, O. ve Aydın, A. (2015). Şeflerin Yerel Yiyeceğe İlişkin Algılamaları ile Yerel Yiyecek Satın Alma Niyetleri Arasındaki İlişki. 16. *Uluslararası Turizm Kongresi*. (ss. 418-437). Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards A Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism, *Tourism Management*, 25: 297-305.
- Sharma, A., Moon, J. ve Strohbehn, C. (2014). Restaurant's Decision to Purchase Local Foods: Influence of Value Chain Activities, *International Journal of Hospitality Management*, 29: 130-143.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. California: Sage Yayınları.
- Şahin, S. (2013). Turistlerin Kırsal Turizme Katılma Nedenleri: Kapadokya'ya Gelen Turistlere Yönelik Bir Araştırma. 14. *Uluslararası Turizm Kongresi*. (ss. 775-797). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Üner, E. H. (2014). Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Yönetimi Anabilim Dalı
- Vujicic, S., Getz, D. ve Robinson, R. (2013). *Food Tourists: Who Are They, What Do They Want, How Do You Package Offers, And Reach Them?*, Göteborg: Experience Consulting AB.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, B. Ve Kılıç, S. (2016). Kültür Turizmüne Katılan Yerli Turistlerin Kapadokya Algısının Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Davranışı Üzerindeki Etkisi, *Akademik Bakış Dergisi*, 53: 166-185.
- Yılmaz, G. ve Özdemir, B. (2015). Yerel Gastronominin Tanıtım Materyallerindeki Yeri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Bir Araştırma. I. *Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi*, (ss.760-780). Konya: Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2002). Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: A Segment-Based Approach, *Journal of Vacation Marketing*, 9 (1): 52-68.
- Yun, D., Hennessey, S. M. ve MacDonald, R. (2011). Understanding Culinary Tourists: Segmentations Based on Past Culinary Experiences and Attitudes toward Food-Related Behaviour. *International Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE) Conference*. (ss. 1-13). Colorado: Massachusetts Üniversitesi.



Gökhan YILMAZ

Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü'nden mezun oldu (2010). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan aldı (2015). Akdeniz Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam etmektedir. 2010-2012 yılları arasında Adıyaman Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı. Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Yiyecek İçecek İşletmeciliği'dir.



Bahattin ÖZDEMİR

Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü'nden mezun oldu (1999). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan (2001), doktora derecesini de Akdeniz Üniversitesi SBE İşletme Anabilim Dalı'ndan aldı (2006). Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı (1999). Doçentlik unvanını yönetim ve strateji alanında aldı (2011). Profesörlük kadrosuna 2017 yılında atandı. Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; yiyecek-içecek işletmeciliği ve gastronomidir.

Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekânın Etkinliği

Effectiveness of Cultural Intelligence Through Managing Cultural Differences

Nur KULAKOĞLU DİLEK*, **Cafer TOPALOĞLU****

*Arş.Gör., Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 72160, Batman.

E-posta: nurkulakoglu@hotmail.com

**Doç.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 48170, Muğla.

E-posta: cafertopaloglu@yahoo.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 24 Mart 2016

Birinci düzeltme: 20 Haziran 2016

İkinci düzeltme: 13 Temmuz 2016

Kabul: 21 Temmuz 2016

Anahtar sözcükler: Kültürel farklılıkların yönetimi, Kültürel zekâ, Yapısal eşitlik modeli, Seyahat acentaları.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 24 March 2016

Resubmitted: 20 June 2016

Resubmitted: 13 July 2016

Accepted: 21 July 2016

Key words: Management of cultural differences, Cultural intelligence, Structural equation modeling, Travel agencies.

ÖZ

Çalışmanın temel amacı, A grubu seyahat acentaları yöneticileri üzerinde kültürel zekânın önemini ve kültürel farklılıkların yönetilebilmesi sürecindeki etkisini irdelemektir. Bu bağlamda çalışmada, yazındaki çalışmalardan hareketle turizm sektörü için çıkarımsal olarak söylenebilen kültürel zekâ-kültürel farklılık yönetimi ilişkisi seyahat acentaları yöneticileri açısından sınanmaktadır. Bu sınama neticesinde, seyahat acentası yöneticilerinin kültürel farklılıkları yönetme süreçlerinde kültürel zekâ kullanımlarını ortaya koymak, çalışmanın önemini oluşturmaktadır. Bu önem ve amaç doğrultusunda İstanbul, İzmir, Antalya ve Muğla illerinde faaliyet gösteren A grubu seyahat acentalarının yerli ve yabancı toplamda 310 yöneticisinden anket tekniğiyle elde edilen veriler yapısal eşitlik modeli ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, yöneticilerin kültürel zekâ düzeyi ile kültürel farklılıkların yönetilmesi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin kültürel zekâ düzeyi arttıkça, kültürel farklılıkların yönetiminin de güçlendiği belirlenmiştir.

ABSTRACT

The purpose of study is to examine importance of cultural intelligence and it's effect in the process of being able to manage cultural differences on managers of A group travel agencies. In this regard, it is tested in travel agencies the hypotheses oriented cultural intelligence - cultural differences management relationship that can be inferentially told with reference to literature for tourism sector. As a result of this testing, the importance of the study is to reveal using cultural intelligence of managers in the process of managing cultural differences in the travel agencies. For this importance and purpose, 310 survey were implemented on local and foreign managers of A group travel agencies in Istanbul, Izmir, Antalya, Mugla. The findings were commented by analyzing. In the study, cultural intelligence was discovered strategic importance in the process of cultural differences management by using structural equation modeling. As a result of the analysis, it was determined a positive relationship between the cultural intelligence level of managers and management of cultural differences. As long as the cultural intelligence level of managers increase, management of cultural differences also get strong was stated.

GİRİŞ

Günümüzde, küreselleşme her alanda kendini hissettirmekte ve çeşitli paradigma dönüşümlerine neden olmaktadır. İçinde bulunduğumuz yeni yüzyılda ülke sınırlarının ortadan kalkmasıyla, hayatın her alanında yaşanan büyük değişimler yalnız toplumların değil işletmelerin de

yapılarını, kültürlerini ve yönetim felsefelerini etkilemektedir. İşletmeler için artık sadece ulusal pazarda rekabet etmek doyurucu olmamakta, küresel pazarlara açılmak zorunluluk haline gelmektedir. Böylelikle, işletmeler de çok kültürlü örgütlere dönüşmeye ve evrilmeye başlamışlardır.

Genel olarak örgütlerde kültürel farklılıklar, farklı kültürel gruplardan gelen çalışanların oluşturduğu işgücü yapısı ile ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde oluşan farklılıklar bireylerin algı, tutum ve davranışları üzerinde önemli rol oynamakta-

* Bu makale, Nur Kulakoğlu Dilek'in Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılan "Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekânın Etkinliği: A Grubu Seyahat Acentaları Yöneticileri Üzerine Bir Alan Araştırması" başlıklı yüksek lisans tezinden derlenmiştir.

dır (Seymen 2006: 298). Hofstede'in (1980) yaptığı ampirik çalışmalar; ülkelerin birbirinden farklı kültürel dokularının, iş yaşamı üzerinde önemli etkiler yaratabileceğini ortaya koymuştur.

Kültürel farklılıkların yönetimi anlayışı, çalışanların yaratıcılıklarını geliştirmesi, işletmenin küresel çaptaki gelişmelere daha hızlı uyum sağlama, bireysel ve örgütsel performansı artırması, işletmelerin rekabet gücünü yükseltmesi ve örgütsel bağlılığı artırması bakımından büyük öneme sahiptir (Mollica 2003; Ang vd. 2007; Gümüş 2009; Barutçugil 2011). Bu farklılıklardan en iyi şekilde yararlanmak, örgütte içsel bütünlüğü sağlamak, sinerji yaratmak, verimlilik ve inovasyonu arttırarak rekabet gücünü yükseltmek için birçok yönetim stratejisinden bahsedilmektedir. Kültürel farklılıkların etkin yönetimine yönelik bu stratejilere yazında ve uygulamada henüz çok yeni olan bir strateji daha eklenmiştir. Bu yönetsel strateji; farklı kültürden bir kişinin hareket, davranış, ses, mimik, ton ve vurgusunu, o kişiyle aynı kültürden olan insanlar gibi anlayabilmesi, değerlendirmesi ve yorumlaması olarak ifade edilen kültürel zekâ kavramıdır (Earley ve Mosakowski 2004: 139; Yeşil 2009: 123).

Bu bağlamda, turizm sektörünün uluslararası boyutta pek çok farklı kültürden insanı bir araya getiren bir zemin olduğu düşünöldüğünde, kültürel farklılıkları yönetebilmek adına kültürel zekânın sektör için büyük önem taşıdığı söylenebilir. Nitekim Arora ve Rohmetra da (2010: 217) kültürel zekânın önemine vurgu yapmakta ve işletmelerin, müşterileriyle ve çalışanları ile olan kültürlerarası etkileşimlerinde kültürel zekâdan yararlanmaları gerektiğini ifade etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, A grubu seyahat acentası yöneticilerinin çalışma ortamındaki kültürel farklılıklara yönelik yönetim becerilerinin, çeşitli boyutlarını ortaya çıkarmak ve bu farklılıkların yönetimi sürecine, yöneticilerin kültürel zekâ düzeylerinin bir etkisi olup olmadığını tespit etmektir. Bununla birlikte, kültürel zekâ bileşenlerinin kültürel zekânın oluşumu üzerindeki etkisi ve kültürel farklılıkların yönetimi alt boyutları ile kültürel zekâ alt boyutları arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Çalışmanın son kısmında, kültürel farklılıkların etkin yönetilebilmesi

için mevcut yönetim stratejilerine alternatif olan kültürel zekâ kavramının örgütlere etkisine değinilerek gelecek yıllarda yapılacak çalışmalara çeşitli önerilerde bulunulmaya çalışılmıştır. Kültürel zekâ uluslararası yazında çalışılan bir konu olmakla birlikte, Türkiye'de özellikle turizmle ilişkili kısıtlı yayın olması nedeniyle çalışmanın, teorik ve pratik anlamda hem yazına hem de turizm işletmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KURAM

Kültürel Farklılıkların Yönetimi ve Kültürel Zekâ

Kültürel farklılıkların yönetimi; "Uluslararası, çokuluslu ve küresel örgütlerde çalışan, uluslararası operasyonlarda yer alan veya uluslararası işgücünü oluşturan; farklı geçmişleri, ilgileri, inançları, beklentileri ve çalışma biçimleri olan; bireylerin veya grupların yönetim stratejilerinin, politikalarının, girişimlerinin, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin planlanması, uygulanması ve koordine edilmesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Özbilgin 2005: 9). Kültürel bağlamda farklılıkları yönetmenin amacı tüm çalışanları ırk, cinsiyet, dil, din ya da milliyet gibi sosyal kimliklerin olumsuz etkilerinden kurtararak tüm yeteneklerini örgüt amaçları doğrultusunda kullanmalarına teşvik etmektir (Barutçugil 2011: 202).

Çok kültürlülüğü kavrayabilme ve onu yönetebilme yeteneği, günümüz iş dünyasının en önemli gerekliliklerinden biri olarak görölmektedir. Bu bağlamda, kültürel farklılıkları yönetme anlayışını kolaylaştıran birçok model ve teori ortaya atılmıştır. Bu teori ve modellerin ortak amacı, kültürel farklılıklardan en fazla avantaj sağlayacak şekilde stratejilerin geliştirilmesidir (Barutçugil 2011: 217). Çok kültürlü ortamlarda yöneticilerin kültürel farklılıkları nasıl yöneteceği konusunda tam anlamıyla bir görüş birliğinden bahsedilememekle beraber, birçok farklı yönetim stratejisi ortaya atılmıştır. Nahavandi ve Malekzadeh'e göre (1998), kültürel farklılıkların etkin bir şekilde yönetilebilmesi için birtakım başarı faktörleri (farklılık merkezli örgütsel politikalar, açık ve tutarlı işgören politikaları, herkes için adaletli olma, düzenli gözlem ve değerlendirme gibi) bulunmaktadır. Borham ve Wills

(1992) ise yaptıkları araştırmada, farklı kültürlerden gelen bireylerin oluşturduğu örgütleri başarılı yönetmenin sırrını; bilinçli stratejiler oluşturmak, yeni durumlara uyum sağlayabilmek, farklı kültürlerle karşı hassas olabilmek, çok kültürlü takımlarla çalışabilmek, dil yeteneğine sahip olmak, uluslararası farklılıkları anlayabilmek şeklinde özetlemektedirler (Ehtiyar 2003: 72).

Kültürel farklılıkların yönetiminde, çeşitli araştırmacılar tarafından ortaya atılan koşulların dışında, diğer bazı unsurlar da oldukça önemli bir yere sahiptir. Bunlardan biri, örgüt içindeki kültürel farklılıkların yok sayılması yerine, etkili yönetim stratejileri ve davranışları ile desteklenmesi ve güçlü bir rekabet aracı olarak kullanılması gerekliliğidir. Buradan hareketle, örgüt içinde yer alan; özellikle yöneticiler olmak üzere her bir çalışanın, kültürle ilişkili birtakım yeteneklere sahip olması gerekmektedir (İşçi, Söylemez ve Kaptanoğlu 2013: 3). Akiş (2007) söz konusu yetenekleri; *“Esneklik ve Yenilikçi Olma, Kültürel Adaptasyon (Kültürel Uyum), Uluslararası İş Bilgisi (Global Liderlik) ve Farklı Perspektiften Bakabilme”* şeklinde özetlemektedir.

1960’tan sonra uluslararası yönetimde kültürel değerlerin ön plana çıkarak yönetsel boyutta önem kazanmasıyla birlikte, kültürel olarak farklı bireyler arasındaki farklılıkların farkında olma, farklılıkları kabul etme ve farklılıklara değer verme oldukça önem kazanmıştır. Bu bağlamda kültürel farklılıkların yönetilebilmesi için alternatif bir strateji olarak dikkat çeken “kültürel zekâ” kavramı ortaya çıkmıştır (Yeşil 2009: 120).

Kültürel zekâ (CQ), *“kültürleri daha iyi anlamak, başka kültürlerden olan kişilerle karşılıklı iletişim konusunda daha fazla bilgi edinmek ve farklı kültürden olan kişiler hakkındaki düşüncelerimizin zamanla değişmesini sağlamak adına yetenekli ve esnek olmak”* şeklinde ifade edilmektedir (Thomas ve Inkson 2004: 14). Kültürel zekâ; başka bir ülkeden, kültürden olan birisinin kendisine yabancı olan jest ve eylemleri yorumlayabilmesine olanak sağlayan bir yetenek ve beceridir (Gibson ve Dibble 2008: 232). Benzer bir tanım olarak kültürel zekâ kişinin, farklı kültürden bir kişinin hareket, davranış, ses, mimik, ton ve vurgusunu, o kişiyle aynı kültürden olan insanlar gibi anlayabilmesi, de-

ğerlendirmesi ve yorumlaması olarak ifade edilmektedir (Earley ve Mosakowski 2004: 139).

Kültürel zekânın oluşumunu sağlayan birtakım bileşenlerin olduğu pek çok yazar tarafından ifade edilmektedir. Earley ve Ang (2003), Sternberg ve Detterman’ın (1986) çalışmasından uyarladıkları üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel (güdüsel) ve davranışsal olmak üzere dört temel bileşeni içerisinde barındıran çok boyutlu bir model önermişlerdir (Aktaran: Ang ve Van Dyne 2008: 16). Kültürel zekâ, nitelik olarak dört farklı bileşenden oluşsa da bu dört bileşenin her biri birbiri ile ilişkilidir. Gerçek bir yönetsel etkinlik için, yöneticilerin bu dört kültürel zekâ yeteneğine de sahip olmaları gerekmektedir. Bu çalışmada Van Dyne, Ang ve Livermore (2010) tarafından ele alınan üst bilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ boyutları üzerinde durulmuştur:

Üst bilişsel kültürel zekâ; kültürel bilginin elde edilmesi ve kavranmasında bireyin kullandığı birtakım zihinsel süreçleri ve bu süreçlerin kontrolünü ifade etmektedir (Şahin 2011: 83). Kişinin geçmişteki kültürel deneyimlerini kendi içinde analiz ederek ve değerlendirerek, gelecekteki kültürel etkileşimlerinde kolaylık sağlayabilmesidir. Bu bağlamda, üst bilişsel zekâsı yüksek olan kişilerin, kültürel bilgilerini değiştirebilmek, geliştirebilmek ve kültürel önyargılardan kurtulabilmek adına diğerlerine göre daha güçlü olduğu ifade edilmektedir (Thomas vd. 2008: 127; Ang ve Van Dyne 2008: 17).

Bilişsel kültürel zekâ; farklı kültürlerin dili, dini inançları, yasal ve ekonomik sistemleri, kültürel ve sosyal değerleri hakkında bilgilere sahip olmayı içermektedir (Ang ve Van Dyne 2008). Yüksek bilişsel zekâyâ sahip insanlar, kültürlerin birbirleriyle olan benzerlik ve farklılıklarını anlayabilme kapasitesine sahiptirler (Ang vd. 2007: 341; Yeşil 2010: 159).

Motivasyonel kültürel zekâ; farklı kişiler ile kültürel olarak etkileşim içerisinde olmayı gerektiren durumlarda, bireyleri bu yönde tetikleyen bir dürtü şeklinde tanımlanmaktadır (Templer vd. 2006: 154). Motivasyonel kültürel zekâsı yüksek olan kişiler, kültürel farklılıklara olan ilgilerinden dolayı, tüm enerji ve dikkatlerini kültürle-

arası durumlara kanalize ederek başarılı olabilmektedirler (Yeşil 2009: 124).

Davranışsal kültürel zekâ; bilişsel ve motivasyonel zekânın bir araya getirilerek 'gerçek dünya'ya uygulanabilmesi ile ilgilidir. Davranışsal kültürel zekâ, karşılaşılan durumun gerekliliğine uygun davranışın sergilenmesi anlamına gelmekte, baş-

ka bir deyişle farklı kültürel durumlardaki farklı davranış becerilerini tanımlamaktadır (Earley ve Ang 2003: 81). Davranışsal kültürel zekâsı yüksek kişiler, sözel ya da sözel olmayan davranış yetenekleri doğrultusunda farklı kültürel ortamlara uygun davranış şekilleri (uygun dil kullanımı, yüz ifadeleri, jest ve mimikler, ses tonu gibi) gösterebilmektedir (Ang ve Van Dyne 2008: 17).

Tablo 1. Kültürel Zekâ ve Kültürel Farklılıkları Yönetme Arasındaki İlişkiye Yönelik Çalışmalar

Yazarlar	Kültürel Zekâ Tanımı	Kültürel Zekâ Bileşenleri	Sonuçlar/Uygulamalar
Earley (2002); Earley ve Ang (2003)	Kişinin yeni kültürel şartlara etkin bir şekilde uyum sağlama yeteneğidir.	-Bilişsel (Üst Bilişseli de içeren) -Motivasyonel -Davranışsal	Küresel iş ve görevlendirmelerde başarı; kültürel farklılıkları yönetme; eğitim yöntemleri
Thomas ve Inkson (2003)	Kültürlerarası etkileşimin temellerini anlamayı, duyarlı bir yaklaşım geliştirmeyi ve farklı kültürlerarası durumlarda etkin uyum becerileri ve davranış biçimleri oluşturma gerekliliğidir.	-Farkındalık -Bilgi -Davranış Becerileri	Kültürlerarası karar verme; kültürlerarası iletişim; kültürlerarası liderlik; çok kültürlü takımlar; uluslararası kariyer
Earley ve Mosakowski (2004)	Kişinin, farklı kültürden bir kişinin hareket ve davranışlarını o kişiyle aynı kültürdenmiş gibi anlayıp yorumlayabildiği doğal bir yetenektir.	-Bilişsel -Fiziksel -Duygusal/ Motivasyonel	Yeni ve farklı kültürlere uygun davranış sergileme
Earley ve Peterson (2004)	Kişinin farklı kültürel ortamlarda veya durumlarda gerçekleştireceği faaliyetleri etkin bir şekilde yerine getirebilme yeteneğidir.	-Üst bilişsel/Bilişsel -Motivasyonel -Davranışsal	Kültürlerarası öğrenim; çok uluslu takımlar
Earley, Ang ve Tan (2006)	Kültürel bağlamda, kişinin yabancı olduğu bir ortama başarılı bir şekilde uyum sağlayabilme yeteneğidir.	-Kültürel stratejik düşünme -Motivasyon -Davranış	Küresel iş görevlendirmeleri; küresel takımlar; küresel liderlik
Thomas (2006)	Farklı kültürlerden insanlar ile etkin etkileşime geçebilme yeteneğidir.	-Bilgi -Farkındalık -Davranış	Geliştirme; Değerlendirme
Ang vd. (2007)	Kültürel açıdan farklı ortamlarda bireyin etkin bir biçimde yönetme becerisidir.	-Bilişsel -Üst Bilişsel -Motivasyonel -Davranışsal	Kültürel yargı ve karar verme; kültürel uyum ve görev performansı
Thomas vd. (2008)	Kişinin, üstbilişsel bilgi ve yeteneklerine bağlı olarak bulunduğu kültürel çevredeki adaptasyonu, davranış biçimleri ve seçimlerinden hareketle ortaya çıkan karşılıklı etkileşime dayalı bir sistemdir.	-Kültürel Bilgi -Kültürler arası yetenekler -Kültürel -Üst Bilişsel	Kültürlerarası etkin iletişim (Bireysel uyum, kişilerarası ilişki geliştirme, iş ya da görev performansı)

Kaynak: Thomas, Elron, Stahl, Ekelund, Ravlin ve Cerdin (2008).

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

İngilizce'de *Cultural Intelligence (CI)* ya da *Individual's Cultural Quotient (CQ)* olarak ifade edilen kültürel zekâ kavramı ilk kez P. Christopher Earley (London Business School) ve Elaine Mosakowski'nin (University of Colorado at Boulder) 2004'te Harvard Business Review'de yayınlanan makalesinde ortaya atılmıştır (Yeşil 2009: 123). Bireyin farklı kültürel ortamlarda etkin bir şekilde çalışabilme ve yönetebilme yeteneği olarak tanımlanan (Ang vd. 2007) kültürel zekâ üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında konunun daha çok teorik düzeyde ele alındığı, alan çalışmalarının da yapıldığı fakat yetersiz olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Söz konusu çalışmalar, kültürel zekânın bir yetenek olduğu ve kültürel farklılıklara uyum, kültürlerarası iş yapabilme ya da küresel takımlar oluşturabilme adına önemini ortaya koymaktadır. Başka bir ifadeyle kültürel zekâ ve kültürel farklılıkları yönetme arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda en dikkat çekici çalışma ise Ang vd. (2007) tarafından kültürel zekânın dört bileşeni ile kültürlerarası etkinliğin (kültürel yargı ve karar verme, kültürel uyum ve görev performansı) arasındaki olumlu ilişkiye vurgu yapılan çalışmadır.

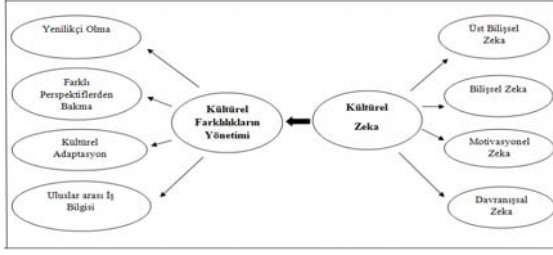
Bu bağlamda, uluslararası boyutta çok farklı kültürlerden insanları bir araya getiren bir platform olarak düşünüldüğünde, kültürel zekânın turizm sektörü için büyük önem taşıdığı söylenebilir. Nitekim Arora ve Rohmetra da (2010: 217) söz konusu önemin altını çizmekte ve örgütlerin müşterileriyle olan kültürlerarası etkileşimlerinde kültürel zekâdan yararlanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte uluslararası turizm işletmelerinin kültürel olayları kavrayabilme, kendilerini dönüştürebilme ve kültürel farklılıkları içselleştirerek gelişim gösterebilmeleri adına kültürel zekânın gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Özellikle farklı kültürel ortamlarda faaliyetlerini yürüten uluslararası zincir turizm işletmelerinin, küresel ekonomik yapı ve karmaşık iş ortamları ile baş edebilmeleri amacıyla çok kültürlü ve yaratıcı ekiplere yönelmeleri gerekmektedir. Bu gereklilik paralelinde; farklı kültürel kimliklere ait kişiler ile birlikte çalışa-

bilen, kültürel zekâyâ ve kültürlerarası yönetim becerisine sahip yöneticilere de ihtiyaç duyulmaktadır. Öyle ki, kültürel zekânın uluslararası liderlik potansiyelinin belirleyicisi olduğu (Kim ve Van Dyne 2011; Rockstuhl vd. 2011) ve kültürlerarası liderlik etkinliğini artırdığı çeşitli çalışmalarla bulgulanmıştır (Şahin 2011: 98; Şahin vd. 2012: 359). Bu çalışma da A grubu seyahat acentalarında çalışan yerli ve yabancı yöneticiler için, kültürel farklılıkları yönetme sürecinde kültürel zekânın önemli bir etken olup olmadığını ortaya koymak ve bu kapsamda alanyazındaki boşluğu doldurmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Böylelikle yazındaki çalışmalardan hareketle turizm sektörü için çıkarımsal olarak söylenebilen kültürel zekâ-kültürel farklılık yönetimi ilişkisinin sınanarak temellendirilmesi sağlanmış olacaktır.

Araştırmanın Yapısal Modeli ve Hipotezlerin Oluşturulması

Yapısal model, gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri belirleyen (Yılmaz 2004: 80), kısaca araştırmacının sınamak istediği modeldir. İngilizce adıyla *Structural Equation Modeling-SEM* olarak adlandırılan Yapısal Eşitlik Modeli (YEM), gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı bir veri analiz tekniğidir (Şimşek 2007: 3). Yapısal eşitlik modellemesi uygulamaları, son yıllarda sosyal bilimler ve davranış bilimlerindeki önemi ve kullanım sıklığı gittikçe artan bir teknik olmuştur (Şimşek 2007: 1). YEM uygulamalarının temel özelliği tamamen teoriye dayalı olmalarıdır. Araştırmacıların çalışmaya başlamadan önce mutlaka teorik bir çerçeve oluşturmuş olmaları gerekmektedir. Diğer araştırma teknikleri için de geçerli olan; önceden belirlenmiş değişkenler arası ilişki örüntülerinin data tarafından doğrulanıp doğrulanmadığı sorgusu YEM çalışmaları için daha büyük öneme sahiptir. Bunun nedeni; YEM çalışmalarının genelde oldukça karmaşık ve spesifik hipotezlerin test edilmesinde kullanılmasıdır (Dursun ve Kocagöz 2010: 2).

Bu araştırma kapsamında toplam 13 adet hipotez test edilmiştir. Söz konusu hipotezlerin yapısal bir modele aktarılmasıyla birlikte, araştırmanın izleyeceği model Şekil 1'deki gibidir:



Şekil 1. Araştırmanın Temel Modeli

Şekil 1'deki yapısal modele göre, araştırmada kültürel zekânın her bir alt boyutunun kültürel zekânın oluşumu üzerinde etkisinin olup olmadığı, aynı şekilde kültürel farklılıkların yönetimi ile ilgili yöneticilerin sahip olması gereken birtakım becerilerin de kültürel farklılıkların yönetimi sürecini etkileyip etkilemediği test edilmiştir. Son olarak araştırmanın da temel konusunu oluşturan; yöneticilerin kültürel zekâ düzeyinin kültürel farklılıkların yönetimi sürecindeki etkisi incelenmiştir.

Şekil 1'deki araştırma modelinden hareketle, araştırmanın yöntemine ve kavramsal modeline yönelik aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

- H1: Yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımlarındaki artış kültürel zekânın oluşumunda artışa neden olur.
- H2: Yöneticilerin bilişsel zekâ kullanımlarındaki artış kültürel zekânın oluşumunda artışa neden olur.
- H3: Yöneticilerin motivasyonel zekâ kullanımlarındaki artış kültürel zekânın oluşumunda artışa neden olur.
- H4: Yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımlarındaki artış kültürel zekânın oluşumunda artışa neden olur.
- H5: Yöneticilerin uluslararası iş bilgisine sahip olması kültürel farklılıkların yönetimini güçlendirir.
- H6: Yöneticilerin kültürel adaptasyonunun güçlü olması kültürel farklılıkların yönetimini güçlendirir.
- H7: Yöneticilerin farklı perspektiflerden bakabilme becerilerinin olması kültürel farklılıkların yönetimini güçlendirir.

H8: Yöneticilerin yenilikçi olma becerilerinin olması kültürel farklılıkların yönetimini güçlendirir.

H9: Yöneticilerin kültürel zekâları artarken kültürel farklılıkları yönetme becerileri de artar.

Hipotezlerin ilk dördü, kültürel zekâ bileşenlerinin kültürel zekâ oluşumuna olan etkisini ölçmek amacıyla, sonraki dört hipotez ise kültürel farklılıkların yönetimi bileşenlerinin kültürel farklılıkları yönetme becerisine olan etkisini ölçmek amacıyla tasarlanmıştır. Sonucu hipotez ise genel olarak kültürel zekâ ve kültürel farklılıkları yönetme becerisi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla geliştirilmiştir.

Öyle ki, Ang vd. (2007) ve Van Dyne vd. (2010) yaptıkları çalışmada kültürel zekâ bileşenlerinden ve bu bileşenlerin kültürel zekânın oluşumuna olan etkisinden söz etmektedirler. Söz konusu etki çalışmanın ilk dört hipotezinin (H1 – H4) dayanak noktasını oluştururken; Akiş'in (2007) "Farklı Kültürlerde Liderlik Yapmak" adlı çalışmasında ortaya koymuş olduğu kültürel farklılıkları yönetme bileşenleri de çalışmanın diğer dört hipotezinin (H5 – H8) oluşturulmasında çıkış noktası olmuştur. Son hipotez ise (H9) yazındaki çalışmalardan hareket ile alanyazındaki boşluğu doldurmak amacıyla yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Böylelikle konu ile ilgili hem turizm yazınında daha önce sınanmamış hipotezlerin sınanması, hem de yönetim alanyazınındaki boşluğun doldurulması sağlanmış olacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın temel sorusu, A grubu seyahat acentası yöneticilerinin kültürel zekâ düzeylerinin, kültürel farklılıkların yönetimi sürecinde etkili olup olmadığıdır. Bu temel soruya cevap bulabilmek için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği tercih edilmiştir. Nicel araştırma yönteminin tercih edilmesinin en önemli nedeni, objektif değerlendirmelerle araştırma bulgularının geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamaktır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul, İzmir, Antalya ve Muğla illerinde faaliyet gösteren A grubu se-

yahat acentalarının yöneticileri oluşturmaktadır. Evreni belirlemek üzere TÜRSAB resmi web sayfası kullanılmıştır. TÜRSAB 2016 yılı verilerine göre İstanbul'da 2964, İzmir'de 385, Antalya'da 1266 ve Muğla'da 637 olmak üzere toplam 5252 A grubu seyahat acentası bulunmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise İstanbul, İzmir, Antalya ve Muğla illerinde faaliyet gösteren, *en az bir ya da daha fazla yabancı çalışanı olan* A grubu seyahat acentalarının Türk ve yabancı yöneticileri oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalarda Yapısal Eşitlik Modeli'nde seçilecek örneklem hacminin 200-500 arasında olması gerektiği belirtilmektedir (Kline 1994: 111). Bu doğrultuda araştırmanın örneklem büyüklüğü 350 olarak belirlenmiştir.

Anket Hazırlama ve Veri Toplama

Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, yabancı çalışanların çoğunluğunun istihdam edildiği bu illerde, A grubu seyahat acentalarında çalışan Türk ve yabancı 350 yöneticiden anket tekniğiyle veri elde edilmiştir. Anketi cevaplayan 40 kişinin geçersiz form doldurmaları nedeniyle 310 kişiden elde edilen veriler kullanılabilir nitelikte olmuştur.

Araştırmada, anket formunun hazırlanması için detaylı yazın incelemeleri yapılmış, önceden yapılmış çalışmalar incelenmiş ve elde edilen bilgiler ışığında araştırmanın yapısal modeli ile uyumlu hale getirilerek anket formu oluşturulmuştur. Kültürel farklılıkların yönetimi ile ilgili ölçek, Akiş (2007) tarafından yapılan '*Farklı Kültürlerde Liderlik Yapmak*' adlı çalışmadan uyarlanmıştır. Kültürel zekâ düzeyini ölçmeyi amaçlayan ikinci ölçek ise Ang vd. (2007) tarafından yapılan '*Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation, and Task Performance*' adlı çalışmada geliştirilen ölçekten uyarlanmıştır.

Araştırmada verilerin toplanmasında kullanılan anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, kültürel zekâ düzeyini ölçmeye yönelik 20 maddelik Kültürel Zekâ Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe çevirisi yazında bulunmadığından, orijinalinden çeviri yapıldıktan sonra, ilk aşamada dil uzmanı üç kişiye kontrol ettirile-

rek orijinal dilindeki anlamı ifade edip etmediği kontrol edilmiştir. Daha sonra, ölçeğin açıklığı ve çevirinin anlaşılabilirliğini ölçmek için öncelikle beş akademisyene sonrasında ise 50 farklı A grubu seyahat acentası yöneticisine anketteki ifadeler kontrol ettirilmiştir. Ön kontroller sonucunda ankette belirtilen ifadelerin katılımcılar tarafından anlaşıldığı ve yanıtladığı tespit edilmiştir. Kontrol aşamasından sonra ölçek uygulanmaya hazır hale getirilmiştir. İkinci kısımda, kültürel farklılıkların yönetimi ile ilgili söz konusu ölçeğin orijinalinden, araştırma amacına uygun olan toplam 16 ifade alınarak çalışmada kullanılmıştır. Anketin ilk iki kısmındaki ifadeler için 5'li Likert-tipi yanıtlar hazırlanmıştır. Birinci ölçekte; '1- Kesinlikle Katılmıyorum' ve '5- Kesinlikle Katılıyorum' yargılarına denk gelmektedir. İkinci ölçekte ise; '1- En güçlü özelliğimdir' ve '5- Var olmayan özelliklerimden biridir' yargılarına denk gelmektedir. Anket formunun üçüncü kısmında ise örneklemin özelliklerini belirlemeye yönelik 14 adet soruya yer verilmiştir.

Güvenilirlik ve Geçerlilik

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunda yer alan ölçeklerin hangi düzeyde güvenilir olduğunu tespit etmek üzere, ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach's Alpha (Alfa Katsayısı) istatistiği ile test edilmiştir. Ankette yer alan ölçeklerin güvenilirlikleri, her bir boyut için ve tüm ölçek için test edilmiş ve tüm ölçekler güvenilir bulunmuştur. Güvenilirliğin bir ölçüsü olarak Cronbach's Alpha istatistiği seçilmiş ve Cronbach's Alpha istatistiğinin 0,764 ile 0,95 arasında değiştiği belirlenmiştir. Sonrasında soru bütün korelasyonlara (corrected item-total correlation) bakılmış ve negatif korelasyona sahip maddeye rastlanmamıştır. Ayrıca ölçeklerden çıkarıldığında güvenilirliği anlamlı bir şekilde arttıran bir maddeye de rastlanmamıştır. Dolayısıyla, ölçeklerde yer alan tüm ifadelerin gerekli olduğuna karar verilmiştir.

Madde ortalamalarının eşit olup olmadığı, diğer bir deyişle ifadelerin yöneticiler tarafından aynı yaklaşım ile algılanıp algılanmadığı Hotelling's T2 ile araştırılarak, tüm ölçeklerde anlamlı bulunmuş ve tüm ifadelerin benzer so-

Tablo 2. Kültürel Zekâ ve Kültürel Farklılıkların Yönetimi Ölçeklerindeki İfadelerin Betimleyici İstatistikleri ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Ortalama	Std. Sapma	Soru bütün korelasyon	Silindiğinde Cronbach's Alpha		Ortalama	Std. Sapma	Soru bütün korelasyon	Silindiğinde Cronbach's Alpha
Uluslararası İş Bilgisi: Cronbach's Alpha=,905 Ölçek ortalaması= 3,225 Hotelling's T ² =96,51 p=0,0001					Üst bilişsel Zekâ: Cronbach's Alpha=,828 Ölçek ortalaması= 3,80 Hotelling's T ² =122,12 p=0,0001				
UAIB1	3,27	1,084	,790	,879	UB1	4,04	,703	,707	,761
UAIB2	3,37	,952	,848	,855	UB2	3,65	,798	,646	,789
UAIB3	2,93	,991	,666	,919	UB3	3,77	,635	,700	,770
UAIB4	3,33	,875	,867	,853	UB4	3,74	,812	,595	,815
Kültürel Adaptasyon: Cronbach's Alpha=,886 Ölçek ortalaması= 3,43 Hotelling's T ² =121,81 p=0,0001					Bilişsel Zekâ: Cronbach's Alpha=,764 Ölçek ortalaması= 3,60 Hotelling's T ² =83,125 p=0,0001				
KA1	3,25	1,053	,772	,851	B2	3,69	,903	,581	,701
KA2	3,71	,858	,724	,864	B4	3,33	,886	,535	,752
KA3	3,40	,929	,830	,822	B6	3,75	,812	,681	,594
KA4	3,35	,784	,706	,872					
Farklı Perspektiflerden Bakabilme: Cronbach's Alpha=,926 Ölçek ortalaması= 3,62 Hotelling's T ² =49,91 p=0,0001					Motivasyonel Zekâ: Cronbach's Alpha=,891 Ölçek ortalaması= 3,95 Hotelling's T ² =320,41 p=0,0001				
FPB1	3,64	1,277	,865	,894	M1	4,25	,777	,733	,867
FPB2	3,81	1,175	,835	,902	M2	4,18	,687	,746	,867
FPB3	3,50	1,184	,815	,909	M3	3,84	,733	,679	,879
FPB4	3,54	,944	,831	,910	M4	3,74	,921	,809	,851
					M5	3,73	,869	,730	,869
Yenilikçi Olma: Cronbach's Alpha=,911 Ölçek ortalaması= 3,30 Hotelling's T ² =13,32 p=0,002					Davranışsal Zekâ: Cronbach's Alpha=,834 Ölçek ortalaması= 3,67 Hotelling's T ² =180,45 p=0,0001				
YO1	3,24	,792	,798	,891	D1	3,57	1,070	,677	,788
YO2	3,36	,873	,819	,877	D3	4,16	,557	,435	,878
YO3	3,30	,799	,852	,847	D4	3,56	,936	,824	,716
					D5	3,40	1,121	,804	,723
Kültürel Farklılıkların Yönetimi: Cronbach's Alpha=,943 Ölçek ortalaması= 3,40 Hotelling's T ² = 279,443 p=0,0001					Kültürel Zekâ: Cronbach's Alpha=,915 Ölçek ortalaması= 3,775 Hotelling's T ² = 647,844 p=0,0001				
Tüm Ölçek: Cronbach's Alpha=,95 Ölçek ortalaması= 3,59 Hotelling's T ² = 1441,013 p=0,0001									

nuçlar verecek şekilde hazırlanmış olduğu görülmüştür. Ölçeklerin, ölçek ortalamalarına da bakılmış ve 3,22 ile 3,95 arasında değiştiği saptanmıştır. Ölçeklerde yer alan ifadelerin güvenilirlik analizi sonuçları ve betimleyici istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerine ilişkin α katsayıları Tablo 2’de belirtilmiştir. Bu hususta, öncelikle kültürel zekâ ifadelerini içeren ölçeğin güvenilirlik katsayıları incelenmiştir ($\alpha=0,915$). Kültürel farklılıkların yönetimi ile ilgili ölçeğin güvenilirlik katsayıları ise ($\alpha=0,943$) olarak bulunmuştur. Bu bağlamda, ölçekte yer alan her bir bölümün oldukça güvenilir olduğu görülürken, kullanılan ölçeğin araştırma kriterlerini ölçme açısından yüksek güvenilirlik düzeyinde olduğu görülmektedir ($\alpha=0,95$).

ANALİZ VE BULGULARIN YORUMLANMASI

Verilerin analiz edilmesinde “SPSS 16.0” ve “LISREL 8.54” istatistik paket programlarından yararlanılmıştır. Çalışmada kültürel farklılık yönetimi alt boyutları için doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeğin alt boyutları doğrulanmıştır. Aynı süreç kültürel zekâ ölçeği için de uygulanmıştır. Araştırma kapsamında incelenen örneklemin özelliklerine ait bulguların frekans analizleri ve yüzde dağılımı Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3’teki bilgiler incelendiğinde ankete katılan erkek yöneticilerin sayısının kadın yöneticilere göre fazla olduğu görülmektedir. Yöneticilerin yaş gruplarına ilişkin veriler incelendiğinde 23-35 yaş aralığında yer alan grubun ağırlıkta olduğu görülmektedir. Yöneticilerin %10’u ortaöğretim mezunu, %28,4’ü ön lisans mezunu, %57,7’si lisans mezunu ve %3,9’u lisansüstü mezundur.

Yöneticilerin uyrukları incelendiğinde %82,6’sının T.C. vatandaşı olduğu, %17,4’ünün ise diğer uyruklara mensup oldukları bulgulanmıştır. Uyruk olarak diğer grubunda cevap veren yöneticilerin uyrukları, Alman, Amerikan, Avustralyalı, Azeri, Hollandalı, İngiliz ve Rus olarak görülmektedir. Yöneticilerin yönetim kademelerine bakıldığında, %48,4’ü üst kademe, %51,6’sı orta kademe yöneticilerdir. Orta ve üst kademe yöneticilerin %53,5’inin daha önce hiç yurt dışı görev tecrübesi olmamıştır. %28,7’si

ilk kez yurt dışında görev yapan yöneticilerden, %17,7’si ise iki ve daha fazla yurt dışı görev tecrübesine sahip olan yöneticilerden oluşmaktadır.

Kültürel farklılıkların yönetimi sürecinde, kültürel zekânın etkinliğinin araştırıldığı araştırma-

Tablo 3. Örneklemin Özelliklerine Ait Bulgular

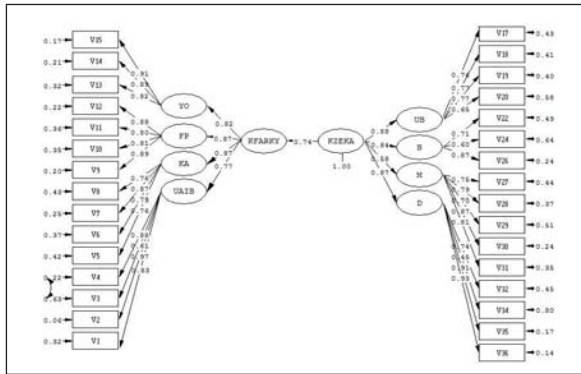
Özellik	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	103	33,2
	Erkek	207	66,8
Yaş	23-35 Yaş Arası	194	62,6
	36-48 Yaş Arası	100	32,3
	49-61 Yaş Arası	16	5,2
Medeni Durum	Evli	149	48,1
	Bekar	161	51,9
Eğitim	Ortaöğretim	31	10
	Ön lisans	88	28,4
	Lisans	179	57,7
	Lisansüstü	12	3,9
Uyruk	TC	256	82,6
	Diğer*	54	17,4
Uyruk (Diğer*)	Alman	10	3,2
	Amerikalı	2	0,6
	Avustralyalı	5	1,6
	Azeri	3	1
	Hollandalı	1	0,3
	İngiliz	12	3,9
Rus	21	6,8	
Sektörde Çalışma	5 yıldan az	9	2,9
	5-9 yıl	112	36,1
	10-15 yıl	112	36,1
	15 yıldan fazla	77	24,8
Şu Anki İşletmede Çalışma	1 yıldan az	35	11,3
	1-3 yıl	105	33,9
	4-6 yıl	103	33,2
	10 yıl ve üzeri	67	21,6
Yönetim Kademesi	Üst Kademe	150	48,4
	Orta Kademe	160	51,6
Ne Zamandır Yönetici	1 yıldan az	66	21,3
	1-3 yıl	110	35,5
	4-6 yıl	82	26,5
	10 yıl ve üzeri	52	16,8
Yurtdışı Görev Tecrübesi	Hiç yok	166	53,5
	İlk defa	89	28,7
	İki ve daha fazla	55	17,7
Yabancı Dil Bilgisi	Hiç Bilmiyorum	9	2,9
	Bir dil biliyorum	160	51,6
	İki ve daha fazla	141	45,5
	Toplam	310	100

da gizil değişkenler arasında ve gözlenen değişkenler ile gizil değişkenler arasında olabilecek nedensel ilişkileri görebilmek için yapısal eşitlik modelinden (YEM) yararlanılmıştır. YEM ile kültürel zekâ alt boyutlarının kültürel zekânın oluşumuna olan katkıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, kültürel farklılıkların yönetimi alt boyutlarının, kültürel farklılıkların yönetme becerisine olan etkisi de incelenmiştir. Kültürel zekânın, kültürel farklılıkların yönetiminde nasıl bir etkiye sahip olduğunu belirlemeye yönelik yapılan yapısal eşitlik modellemesi, ölçekte yer alan ifadelerin bahsi geçen düzeyleri açıklama başarısını ortaya koymaktadır.

Bu kapsamda oluşturulan ilk modele yönelik elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=1928,97$, $sd=422$, $\chi^2/sd=4,57$, $P\text{-value}=0,00001$, $RMSEA=0,080$, $NFI=0,91$, $NNFI=0,92$, $PNFI=0,83$, $CFI=0,93$, $IFI=0,93$, $RFI=0,91$, $GFI=0,90$, $RMR=0,058$ olarak elde edilmiştir. Buna göre uyum ölçütlerinin iyi düzeyde kabul edilebilir bir uyuma sahip olduğu belirlenmiştir.

Verilen uyum ölçütleri değerlendirildiğinde Yılmaz ve Çelik'in (2009) belirttiği uyum ölçütlerine göre, modelin bir bütün olarak kabul edilebilir olduğu görülmektedir. Yapısal modelde gizil değişkenler arasında veya gözlenen değişken ile gizil değişkenler arasındaki korelasyonlara ait en küçük t istatistiği 2,56 değerinden büyük ve istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p<0,01$). Yollara ait ilişki değerleri Şekil 2'de verilmiştir.

Kültürel zekânın, kültürel farklılıkların yönetiminde nasıl bir etkiye sahip olduğunu belirlemeye yönelik oluşturulan ilişkilere ait model Şekil



Şekil 2. Kültürel Zekânın, Kültürel Farklılıkların Yönetimine İlişkin Yapısal Model ve İlişki Değerleri

2'de görülmektedir. Şekil 2'deki tüm ilişkiler istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Şekil 2'ye göre;

- Yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımı gizil değişkeni ile kültürel zekânın oluşumu gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,88 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=12,86$ $p<0,01$). Yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımında gerçekleşen bir birimlik artış, kültürel zekânın oluşumunda 0,88 birimlik bir artışa neden olduğundan H_1 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin bilişsel zekâ kullanımı gizil değişkeni ile kültürel zekânın oluşumu gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,84 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=11,35$ $p<0,01$). Yöneticilerin bilişsel zekâ kullanımında gerçekleşen bir birimlik artış, kültürel zekânın oluşumunda 0,84 birimlik bir artışa neden olduğundan H_2 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin motivasyonel zekâ kullanımı gizil değişkeni ile kültürel zekânın oluşumu gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,58 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=8,84$ $p<0,01$). Yöneticilerin motivasyonel zekâ kullanımında gerçekleşen bir birimlik artış, kültürel zekânın oluşumunda 0,58 birimlik bir artışa neden olduğundan H_3 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımı gizil değişkeni ile kültürel zekânın oluşumu gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,87 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=12,81$ $p<0,01$). Yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımında gerçekleşen bir birimlik artış, kültürel zekânın oluşumunda 0,87 birimlik bir artışa neden olduğundan H_4 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin uluslararası iş bilgisine sahip olması gizil değişkeni ile kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,77 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=11,30$ $p<0,01$). Yöneticilerin uluslararası iş bilgisine sahip olmasında gerçekleşen bir birimlik artışın, kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkenini 0,77 birim güçlendirdiği bulunmuştur. Dolayısıyla H_5 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin kültürel adaptasyonunun güçlü olması gizil değişkeni ile kültürel farklılıkların

yönetimi gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,87 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=11,60$ $p<0,01$). Yöneticilerin kültürel adaptasyonlarında gerçekleşen bir birimlik artışın, kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkenini 0,87 birim güçlendirdiği bulunmuştur. Dolayısıyla H_6 hipotezi desteklenmiştir.

- Yöneticilerin farklı perspektiflerden bakabilme becerilerinin olması gizil değişkeni ile kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,87 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=13,20$ $p<0,01$). Yöneticilerin farklı perspektiflerden bakabilme becerilerinde gerçekleşen bir birimlik artış, kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkenini 0,87 birim güçlendirmektedir. Dolayısıyla H_7 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin yenilikçi olma becerileri gizil değişkeni ile kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkeni arasında aynı yönde 0,82 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=11,77$ $p<0,01$). Yöneticilerin yenilikçi olma becerilerinde gerçekleşen bir birimlik artışın, kültürel farklılıkların yönetimi gizil değişkenini 0,82 birim güçlendirdiği bulunmuştur. Dolayısıyla H_8 hipotezi desteklenmiştir.
- Yöneticilerin kültürel zekâları ile kültürel farklılıkları yönetme becerileri arasında aynı yönde 0,74 birimlik bir ilişki bulunmuştur ($t=9,48$ $p<0,01$). Dolayısıyla, yöneticilerin kültürel zekâları artarken kültürel farklılıkları yönetme becerileri de artmaktadır ve H_9 hipotezi desteklenmiştir. İki gizil değişken arasındaki Yapısal Regresyon Modeli ise;

$KFARKY = 0,75 * KZEKA$, $Errorvar. = 0,46$, $R^2 = 0,55$ şeklinde yazılabilir. Yazılan bu regresyon modeline göre; yöneticilerin kültürel zekâlarının, kültürel farklılıkları yönetme becerilerindeki varyansın (değişimin) 0,55'ini açıkladığı ifade edilebilir.

Kültürel zekânın alt boyutları ile kültürel farklılıkların yönetimi alt boyutları arasında pozitif yönlü doğrudan ilişkiler var olabileceğinden, alt boyutlar arasındaki ilişkiler de araştırılmıştır (Tablo 4). Bu kapsamda, yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımı gizil değişkeni ile kültürel farklılıkların yönetiminin bir alt boyutu olan yöne-

ticilerin uluslararası iş bilgisine sahip olmaları gizil değişkeni arasındaki ilişkiyi görebilmek için oluşturulan hipotez 10;

H_{10} : Yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımı arttıkça, uluslararası iş bilgisine sahip olma becerileri de güçlenir şeklinde kurulmuştur. YEM sonucunda, yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımı ile uluslararası iş bilgisine sahip olma becerileri arasında aynı yönde 0,54 birimlik bir ilişki bulunmuş ve H_{10} hipotezi desteklenmiştir ($t=8,68$ $p<0,01$). Dolayısıyla, yöneticilerin üst bilişsel zekâ kullanımı arttıkça, uluslararası güçlü iş bilgisine sahip olma becerileri de güçlenir bulgusuna ulaşılmaktadır. Aynı şekilde yöneticilerin bilişsel zekâ kullanımı gizil değişkeni ile farklı perspektiflerden bakabilme becerileri arasındaki ilişkiyi görebilmek için oluşturulan hipotez 11;

H_{11} : Yöneticilerin bilişsel zekâ kullanımı arttıkça, farklı perspektiflerden bakabilme becerileri de güçlenir şeklinde kurulmuştur. YEM sonucunda, yöneticilerin bilişsel zekâ kullanımı ile farklı perspektiflerden bakabilme becerileri arasında da aynı yönde 0,59 birimlik bir ilişki bulunmuş ve H_{11} hipotezi desteklenmiştir ($t>2,56$ $p<0,01$). Kültürel zekânın bir diğer alt boyutu olan motivasyonel zekâ kullanımı gizil değişkeni ile yöneticilerin kültürel adaptasyon becerileri arasındaki ilişkiyi görebilmek için oluşturulan hipotez 12;

H_{12} : Yöneticilerin motivasyonel zekâ kullanımı arttıkça, kültürel adaptasyon becerileri de güçlenir şeklinde kurulmuştur. Yöneticilerin motivasyonel zekâ kullanımları ile kültürel adaptasyon becerileri arasında aynı yönde 0,43 birimlik bir ilişki bulunarak oluşturulan yapısal model anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla H_{12} hipotezi desteklenmiştir ($t>2,56$ $p<0,01$). Son olarak, yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımındaki artışın, yenilikçi olma becerilerini güçlendirip güçlendirmede belirlemeye yönelik model araştırılmıştır. Yapısal model için oluşturulan hipotez 13;

H_{13} : Yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımı arttıkça, yenilikçi olma becerileri de güçlenir şeklinde kurulmuştur. Yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımı ile yenilikçi olma becerileri arasında da aynı yönde 0,48 birimlik bir ilişki bulunarak H_{13} hipotezi desteklenmiştir ($t>2,56$ $p<0,01$). Diğer bir ifadeyle, yöneticilerin davranışsal zekâ kullanımı

Tablo 4. Kùltùrel Zekâ Alt Boyutları ile Kùltùrel Farklılıkların Yönetimi Alt Boyutları Arasındaki İlişkilere Ait Uyum Ölçütleri

MODEL	χ^2	χ^2/sd	RMSEA	NFI	NNFI	CFI	GFI
UB → UAIB	55,70	3,27	0,086	0,97	0,97	0,98	0,96
B → FP	29,55	2,46	0,069	0,98	0,98	0,99	0,97
M → KA	92,49	3,69	0,093	0,96	0,95	0,97	0,94
D → YO	30,67	2,55	0,071	0,98	0,98	0,99	0,97

arttıkça yenilikçi olma becerileri de güçlenmektedir.

Söz konusu istatistikî bulgular A grubu seyahat acentalarında çalışan yerli ve yabancı yöneticiler için, kùltùrel farklılıkları yönetme sürecinde kùltùrel zekânın önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Öyle ki, kùltùrel zekânın dört bileşeni olan üst bilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal zekânın kùltùrel farklılıkların yönetimi ve onun alt bileşenleri (uluslararası iş bilgisine sahip olma, kùltùrel adaptasyon, farklı perspektiflerden bakabilme ve yenilikçi olma) ile pozitif yönde bir ilişki içerisinde olduğu bulgulanmıştır. Başka bir ifadeyle, turizm sektörünün kültürlerarası yapısı gereği yöneticilerin kùltùrel farklılıkları yönetmek adına sahip oldukları kùltùrel zekâ düzeylerinin üst seviyede olması, kültürlerarası yönetsel başarı için önemli bir koşuldur.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, A grubu seyahat acentası yöneticilerinin çalışma ortamındaki kùltùrel farklılıklara yönelik yönetim becerilerinin çeşitli boyutlarını ortaya çıkarmak ve bu farklılıkların yönetimi sürecine, yöneticilerin kùltùrel zekâ düzeylerinin bir etkisinin olup olmadığını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, YEM kullanılarak, kùltùrel zekânın kùltùrel farklılıkların yönetimi sürecinde stratejik bir öneme sahip olduğu bulgulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, önerilen modelin geçerli ve önemli bir açıklama gücüne sahip olduğu söylenebilmekle birlikte, yöneticilerin kùltùrel zekâ düzeyi ile kùltùrel farklılıkları yönetme becerileri arasında pozitif yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Bu sonuç, kültürlerarası ortamda çalışan yöneticilerin sahip olduk-

ları kùltùrel zekâ düzeylerinin, kùltùrel farklılıkları yönetme becerilerini de önemli derecede etkilediğini göstermesi açısından önemlidir.

Kùltùrel zekânın alt boyutları ile kùltùrel farklılıkların yönetimi alt boyutlarında doğrudan ilişkiler var olabileceğinden, boyutlar arası ilişkiler de araştırılmıştır ve yöneticilerin üst bilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kùltùrel zekâsının uluslararası güçlü iş bilgisine sahip olma, farklı perspektiflerden bakabilme, kùltùrel adaptasyon ve yenilikçi olma becerilerine olumlu bir etkisinin olduğu saptanmıştır. Üst bilişsel kùltùrel zekâ düzeyinin uluslararası güçlü iş bilgisine sahip olma becerisi üzerine etkisi, bilişsel kùltùrel zekâ düzeyinin farklı perspektiflerden bakabilme becerisi üzerine etkisi, motivasyonel kùltùrel zekâ düzeyinin kùltùrel adaptasyon becerisi üzerine etkisi ve davranışsal kùltùrel zekâ düzeyinin yenilikçi olma becerisi üzerine etkisi bulgulanmıştır. Nitekim Ang vd.'nin (2007) yapmış olduğu çalışmada da kùltùrel zekânın karar verme süreçlerinde yöneticiler açısından önemli bir etken olduğu sonucuna varılmıştır. Öte yandan Ersoy'un (2014) yapmış olduğu çalışmada da kùltùrel zekânın liderlik üzerinde pozitif bir etki yarattığı belirtilmektedir. Yazında yine pek çok yazar kùltùrel zekânın; kùltùrel farklılıkların yönetimi, liderlik, karar verme süreçleri, kùltùrel adaptasyon, kùltùrel muhakeme gibi özellikle yönetsel konularda önemli bir beceri olduğunu ifade etmektedir (Hofstede 1980; Earley ve Mosakowski 2004; The GLOBE Study House vd. 2004; Ang vd. 2007; Rose vd. 2008; Ramalu vd. 2011; Ng vd. 2012; Bùcker vd. 2015; Livermore 2015). Bu bağlamda, çalışmanın sonuçları yazında belirtilen sonuçlar ile paralellik göstermektedir.

Kùltùrel zekânın turizm sektöründeki etkisine dair nicel bir çalışmanın olmaması, turizm sektörü bağlamında bir karşılaştırma yapılabilmesine olanak vermemektedir. Ancak, turizm sektöründe kùltùrel zekânın yönetsel bir beceri ve kùltùrel farklılıkların yönetiminde etkin bir unsur olduğu da çalışmanın temel çıktısı olarak yazına katkı sağlayacaktır. Böylelikle konunun turizm bağlamında tartışmaya açılması da sağlanmış olacaktır.

Bu çalışma, kùltùrel zekâ konusunun ulusal yazın açısından yeni bir konu olması ve yapısal

eşitlik modeli ile araştırma verilerinin incelenmesi açısından gelecek çalışmalara örnek oluşturmaktadır. Bununla birlikte, kültürel zekâ kavramının ulusal ve uluslararası yazında turizm boyutunun detaylı bir incelemesinin yapılmamış olması da gelecek çalışmalar için başlangıç noktası olabilecektir. Araştırma bulguları İstanbul, İzmir, Antalya ve Muğla illeri ile sınırlı olup, Türkiye genelinde yapılamadığından, elde edilen sonuçlar ulusal düzeyde bir genelleme yapılabilmesini engellemektedir. Bu nedenle bundan sonra yapılacak çalışmalarda daha büyük örneklem kitleleri ile farklı bulgulara ulaşılabilecektir. Kültürel farklılıkların yönetilmesinde kültürel zekânın etkisini daha net verilerle ölçmek açısından, farklılık yönetimi uygulamalarına yoğun biçimde sahip olan işletmelerin belirlenmesi ve örnek olay incelemesi kapsamında bir araştırma yapılması yine öneriler arasında yer almaktadır. Yapılacak olan çalışmalar farklı nitel ve nicel araştırma yöntemleri ile desteklenerek sonuçlar arası karşılaştırmalar ile alanyazın zenginleşebilecektir.

KAYNAKÇA

- Akiş, Y. T. (2007). Farklı Kültürlerde Liderlik Yapmak, 16. *Kalte Kongresi*, 12-14 Kasım. İstanbul.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K., Templer, K., Tay, C. ve Chandrasekar, N.A. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation, and Task Performance, *Management and Organization Review*, 3 (3): 335-371.
- Ang, S. ve Van Dyne, L. (2008). *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications*. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe.
- Arora, P. ve Rohmetra, N. (2010). Cultural Intelligence: Leveraging Differences to Bridge the Gap in the International Hospitality Industry, *International Review of Business Research Papers*, 6 (5): 216-234.
- Barutçugil, İ. (2011). *Kültürler Arası Farklılıkların Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Bücker, J., Furrer, O. ve Lin, Y. (2015). Measuring Cultural Intelligence (CQ): A New Test of the CQ Scale, *International Journal of Cross Cultural Management*, 15 (3): 259-284.
- Dursun, Y. ve Kocagöz, E. (2010). Yapısal eşitlik modellemesi ve regresyon: Karşılaştırmalı bir analiz, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35: 1-17.
- Earley, P. C. ve Ang, S. (2003). *Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures*. Stanford, Calif: Stanford Üniversitesi Yayınları.
- Earley, P. C. ve Mosakowski, E. (2004). Cultural Intelligence, *Harvard Business Review*, 82 (10): 139-146.
- Earley, P. C. ve Peterson, R. (2004). The Elusive Cultural Chameleon: Cultural Intelligence as a New Approach to Intercultural Training for the Global Manager, *Academy of Management Learning & Education*, 3 (1): 100-115.
- Ehtiyar, R. (2003). Kültürel Sinerji: Uluslararası İşletmelere Yönelik Kavramsal Bir İrdeleme, *Akdeniz İİBF Dergisi*, (5): 66-78.
- Ersoy, A. (2014). The Role of Cultural Intelligence in Cross-Cultural Leadership Effectiveness: A Qualitative Study in the Hospitality Industry, *Journal of Yasar University*, 9 (35): 6099-6108.
- Gibson, C. B. ve Dibble, R. (2008). Culture Inside and Out: Developing a Collaboration's Capacity to Externally Adjust. İçinde; S. Ang, ve L. Van Dyne (Editörler) *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications* (ss. 221-240). Armonk, New York: M. E. Sharpe.
- Gümüş, M. (2009). *İşletmelerde Farklılıkların Yönetimi*. İstanbul: MKM.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W. ve Gupta, V. (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Londra: Sage Yayınları.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences and International Differences in Work Related Values*. Londra: Sage Yayınları.
- İşçi, E., Söylemez, Ö. ve Kaptanoğlu Y. A. (2013). Örgütlerde Kültürel Zekâ ve Hastane İşletmelerinde Kültürel Zekâ Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *KAU İİBF Dergisi*, 4 (5): 1-18.
- Kim, Y. J. ve Van Dyne, L. (2011). Cultural Intelligence and International Leadership Potential: The Importance of Contact for Members of the Majority, *Journal of Applied Psychology*, 61 (2): 272-294.
- Kline, R. B. (1994). Validity of a Math Skills Pretest for Introductory Statistics, Presented at the 102nd Annual Meeting of the American Psychological Association, Los Angeles.
- Livermore, D. (2015). *Leading with Cultural Intelligence* (İkinci Baskı). New York: AMACOM.
- Mollica, K. A. (2003). The Influence of Diversity Context on White Men's and Racial Minorities' Reactions to Disproportionate Group Harm, *The Journal of Social Psychology*, 14 (4): 415-431.
- Nahavandi, A. ve Malekzadeh A. R. (1998). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ng, K. Y., Van Dyne, L. ve Ang, S. (2012). Cultural Intelligence: A Review, Reflections, and Recommendations for Future Research. İçinde; A. M. Ryan, F. T. L. Leong ve F. L. Oswald (Editörler) *Conducting Multinational Research: Applying Organizational Psychology in the Workplace* (ss. 29-58). Washington: American Psychological Association.
- Özbilgin, M. (2005). 'Global' Diversity Management: The Case of Automobile Manufacturing Companies in Japan, *Japan Institute for Labor Policy and Training* (Working Paper Series).
- Ramalu, S., Wei, C.C. ve Rose, R.C. (2011). The Effects of Cultural Intelligence on Cross-Cultural Adjustment and Job Performance Amongst Expatriates in Malaysia,

- International Journal of Business and Social Science*, 2 (9): 59-71.
- Rockstuhl, T., Şahin, F., Gürbüz, S. ve Ang, S. (2011). International Military Officer Potential: Cultural Capital and Cultural Intelligence, *53rd International Military Testing Association Conference*, Ekim 31 - Kasım 3. Bali, Endonezya.
- Rose, R.C., Kumar, N. ve Ramalu, S. (2008). A Review on Individual Differences and Cultural Intelligence, *The Journal of International Social Research*, 1 (4): 504-522.
- Seymen, O. A. (2006). Cultural Diversity Phenomenon in Organisations and Different Approaches for Effective Cultural Diversity Management: A Literary Review, *Cross Cultural Management: An International Journal*, 13 (4): 296-315.
- Şahin, F. (2011). Liderin Kültürel Zekasının Astların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İş Doyumu Üzerine Etkisi, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10 (2): 80-104.
- Şahin, F., Gürbüz, S., Köksal, O. ve Ercan, Ü. (2012). Kültürel Zekâ, Duygusal Zekâ ve Sosyal Zekâ'dan Farklı mıdır? *11. Ulusal İşletmecilik Kongresi*, (ss. 356-365). Konya.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş (Temel ilkeler ve Lisrel Uygulamaları)*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Templer, K., Tay, C. ve Chandrasekar, A. (2006). Motivational Cultural Intelligence, Realistic Job Preview, Realistic Living Conditions Preview, and Cross-Cultural Adjustment, *Group & Organization Management*, 31 (1): 154-173.
- Thomas, D.C., Elron, E., Stahl, G., Ekelund, B.Z. Ravlin, R.C. ve Cerdin, J. (2008). Cultural Intelligence: Domain and Assessment, *International Journal of Cross Cultural Management*, 8 (2): 123-143.
- Thomas, D. ve Inkson, K. (2004). *Cultural Intelligence: People Skills for Global Business*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- TÜRSAB (2016). 2016 yılı A grubu seyahat acentaları sayısı. <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1> adresinden alınmıştır, Erişim tarihi: 12 Mart 2016.
- Van Dyne, L., Ang, S. ve Livermore, D. (2010). Cultural Intelligence: A Pathway for Leading in a Rapidly Globalizing World. İçinde; K. M. Hannum, B. McFeeters, ve L. Booyens (Editörler) *Leading Across Differences: Cases and perspectives* (ss. 131-138). San Francisco, CA: Pfeiffer.
- Yeşil, S. (2009). Kültürel Farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kültürel Zekâ, *KMU İİBF Dergisi*, 11 (16): 100-131.
- Yeşil, S. (2010). 21. Yüzyılın Küresel Örgütleri için Kültürel Zekâ, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (2): 147-168.
- Yılmaz, V. (2004). Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Uygulanması, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1): 77-90.
- Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.



Nur KULAKOĞLU DİLEK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2009). Yüksek lisans derecesini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan (2014) aldı. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2011-2014). Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2014). Halen Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Turizm Psikolojisi ve Turizm Sosyolojisi'dir.



Cafer TOPALOĞLU

Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Turizm Eğitimi Bölümü'nden mezun oldu (1996). Yüksek lisans derecesini Gazi Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Eğitimi anabilim dalından (2000), doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından aldı (2004). Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda araştırma görevlisi olarak çalıştı (2002). Dokuz Eylül Üniversitesi'nde İzmir Meslek Yüksekokulu'nda araştırma görevlisi olarak çalıştı (2002). Doktorasını tamamladıktan sonra, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde araştırma görevlisi doktor olarak görev aldı (2004). Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda araştırma görevlisi doktor olarak çalışmaya başladı (2004). Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi doktor olarak çalışmaya başladı (2004). Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Yardımcı Doçent Doktor olarak çalışmaya başladı (2004). Doçentlik unvanını turizm alanında aldı (2012). Halen Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; turizm işletmeciliği ve yönetimidir.



Turizm, Terörizm ve Siyasi İstikrarsızlık¹

Tourism, Terrorism, and Political Instability

Sevil F. SÖNMEZ*

* Arizona State University, ABD

Türkçeye çevirenler:

Ayşegül ACAR**, Ozan ATSIZ***

**Araştırma Görevlisi, Karabük Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 78600, Safranbolu, Karabük.

E-posta: aysegulacar@karabuk.edu.tr

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

E-posta: ozan.atsiz@istanbul.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Anahtar sözcükler: Terörizm, Siyasi istikrarsızlık, Savaş, Uluslararası turizm, Tatil yeri imajı, Kriz yönetimi, Pazar iyileştirme.

ARTICLE INFO

Key words: Terrorism, Political instability, War, International tourism, Destination image, Crisis management, Recovery marketing.

ÖZ

Terörizm, siyasi kargaşa ve savaş kavramları, turizmle alakasız görünse de bu olguların keşişme noktalarının ve turizme etkilerinin yakından incelenmesi, böyle olmadığını göstermektedir. Bu makale, bu olgular arasındaki ilişkileri irdeleyen alanyazın üzerinde durmaktadır. Mevcut çalışmalardan elde edilen araştırma konuları, terörizm ve siyasi istikrarsızlığın turistik talep üzerindeki etkilerini, teröristlerin turistleri hedef alma sebeplerini, turizmin siyasi bir araç olarak kullanılmasını, siyasi şiddetin destinasyon imajı üzerindeki etkilerini, kriz yönetimini ve pazarı iyileştirme çabalarını içermektedir. Bu makalenin amacı, bu ilişkiler üzerine bir sentez oluşturmak, ilgili yayınların kapsamlı bir listesini sunmak ve sonraki araştırmalar için başlıklar önermektir.

ABSTRACT

Concepts of terrorism, political turmoil, and war appear unrelated to tourism. Closer examination of their points of convergence and impacts on tourism reveals otherwise. This paper examines literature focusing on the relationships between these phenomena. Research themes which emerge from available studies include impacts of terrorism and political instability on tourist demand, motives of terrorists in targeting tourists, using tourism as a political tool, the effects of political violence on destination image, crisis management, and recovery marketing efforts. The intent of this article is to synthesize research on these relationships, to present a comprehensive index of relevant publications, and to suggest topics for future research.

GİRİŞ

Göstermiş olduğu ekonomik başarı bile uluslararası turizmi, terörizmin tehditkâr gücünden koruyamamaktadır. Doğa ve insan kaynaklı birçok felaket, turizmin akışını büyük ölçüde etkileyebilirken, terörizm ve siyasi kargaşa ile gelen tehdit, potansiyel turistlerin daha fazla korkmasına yol açmaktadır. Muhtemel terörizm şiddeti ve kor-

kuşu yeni bir şey değildir fakat bilim insanlarının ilgisini çekmesi ancak 10 yıl kadar öncesine dayanmaktadır. Uluslararası terörizmin 1980'lerin ortasında zirveye çıkması nedeniyle, terörizmin turizm üzerindeki kaçınılmaz etkileri ciddiye alınmaya başlanmıştır. Sonrasında, yaşanan 1991 İran Körfez Savaşı ve bununla bağlantılı olarak küresel terörizmin ortaya çıkma olasılığı, dikkatleri tekrar bu konuya yoğunlaştırmıştır. Tüm dünyada manşetlere taşınan terör olayları ve siyasi kargaşalar sonucunda konuya gösterilen ilgi daha da yoğunlaşmış ve hatta turistleri tehdit

¹ Sonmez, S.F. (1998) tarafından yazılan "Tourism, terrorism, and political instability, *Annals of Tourism Research*, 25(2): 416-456" künyesini taşıyan makaleden dergi yayıncısının izni alınarak çevrilmiştir.

eden değişken siyasi durumların artışı ile konuyla alakalı basılı eserlerin artışı arasında bir paralellik olduğu da söylenebilir.

Turistlerin güvenliği ve risk konuları, ciddi olduğu kadar aynı zamanda dikkat çekici konulardır. Turizm, terörizm ve siyasi çatışma arasındaki ilişkiye gösterilen ilgi bakımından zengin olan alanyazın, savaş ve suç konuları hakkında da ayrıca araştırmalar sunmaktadır. Ancak, tüm bu araştırmaların uluslararası turizmin, terörizm veya siyasi çatışmalardan nasıl korunacağına dair yeteri kadar bilgi sunup sunmadığı sorusu cevapsız kalmıştır. Terörizm ve turizm alanyazınının birkaç odak noktası vardır: teröristlerin turistleri veya turizm sektörünü hedef alma sebepleri, terörizmin turistik talep üzerindeki etkileri ve riskleri en aza indirmek konusunda turistlere yardımcı olabilecek muhtemel çözüm önerileri. Siyasi kargaşa veya savaşın turizm sektörü üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, Filipinler, Fiji, Zimbabve, Zambiya, Tibet, Çin, Meksika ve Yugoslavya gibi belli başlı örnekler üzerinde durmaktadır. Yapılan bu çalışmalar, sözü geçen ülkelerdeki durumları analiz etme ve ülke yönetimlerinin başarılı/başarısız kriz yönetimi girişimlerini inceleme imkânı sağlayan vaka incelemeleri olmaları açısından değer taşımaktadır. Bu vakaların bazıları, farklı bakış açıları kullanılarak incelenmiş ve siyasi bir araç olarak turizm, siyasi kargaşanın turizm üzerindeki etkileri ve piyasayı iyileştirme çabaları gibi daha geniş tartışma başlıkları altında gruplandırılabilirler. Fakat bu vakaların her biri emsalsiz olduğundan, belirli ortak başlıklar altında toplanmaları zor olmaktadır.

Turizm sektörünü de içine alan terörizm ve siyasi kargaşanın iyi bilinen örnekleri ile alakalı çalışmalar -ki bunlar arasındaki ilişkileri gösterme konusunda faydalı olanlar mevcuttur-, sınırlı çözüm önerileri sunabilmektedirler. Siyasi problemlerle zor duruma düşen turistik destinasyonlar bu olumsuz imajla nasıl baş edebilir? ,Turizm sektörü, terörizm veya siyasi anlaşmazlık krizlerini nasıl yönetebilir?, Turizm sektörü, terörizm ve siyasi problemlerin etkilerine karşı nasıl başlıklık kazanabilir? gibi bazı sorular çalışmalarda cevaplanamamaktadır. Böylelikle, bu çalışma, terörizm, siyasi istikrarsızlık ve turizm arasındaki

ilişkiler hakkında bilinenleri birleştirmeyi, gelecekteki çalışmalar için konuyla ilgili mevcut yayınların kapsamlı bir listesini sunmayı ve konu önererek bu tehlikeli ilişkiyi daha iyi anlama ihtiyacını vurgulamayı amaçlamaktadır.

TERÖRİZM VE SİYASİ KARGAŞA

ABD Dışişleri Bakanlığı (1996), terörizmi “ulusal alt gruplar tarafından, sivillerin ve silahsız güvenlik güçlerinin hedef alındığı, önceden planlanmış ve genellikle belirli bir kitleyi etkileme amacıyla olan, siyasi sebeplere dayalı şiddet”, uluslararası terörizmi ise “birden fazla ülkenin topraklarını veya vatandaşlarını kapsayan şiddet” olarak tanımlamaktadır. Terörizm, bir siyasi ifade biçimi olarak, Zealos adı altında teşkilatlanan ve Romalıları Filistin’den atmak için bir terör kampanyası başlatan Yahudi vatanseverlerin Filisten’de Roma hükmüne karşı geldiği 6. yüzyıla dayanmaktadır (Poland 1988; Schlagheck 1988). Bu terim, Fransız hükümetinin düşmanlarını korkutmak ve mağlup etmek için sistematik terörü kullandığı 1792-1794 Fransız İhtilali sonrasında Edmund Burke’in “terör saltanatı”nı eleştirdiği 18. yüzyıla kadar resmi olarak siyasi alanyazında yer almamıştır (Poland 1988; Schlagheck 1988; Murphy 1989). Düzensiz aralıklarla terör kavramı kullanımı günümüze kadar ulaşabilmiştir. Uluslararası terörizm, 1960’ların sonu ve 1970’lerin başında hızlı bir artış göstermiş, kısa bir sessizlik göstermesinin ardından 1980’ler terör şiddeti ile başlamış ve 80’lerin sonuna gelindiğinde ise terörizm olağan bir hale gelmiştir (D’Amore ve Anuzza 1986; Richter ve Waugh 1986). 1990’ların ilk yarısında nispeten daha az terör olayı kaydedilmiş olsa da bu olayların doğası ve boyutu, geçmiş yıllardaki olayların doğası be boyutundan daha büyüktür. ABD Dışişleri Bakanlığı (1997) tarafından son zamanlarda uluslararası terör saldırıları sebebiyle meydana gelen en yüksek ölüm sayısı 311 kişi olarak belirtilmiştir. Terörizmin değişken doğası; terör örgütleri ve istatistikleri hakkında bilgi sunan ve ABD Dışişleri Bakanlığı (1996)’nın yıllık yayınladığı *Patterns of Global Terrorism*’den bir alıntıyla açıklanmıştır:

1995’e kadar, çoğu ülkede uluslararası terörizm düşüş göstermekteydi ve geçen yıl, bir önceki yıla göre

ölümle sonuçlanan terör saldırıları sayısı daha azdı. Ne var ki 1995'te uluslararası terörist saldırılarının toplam sayısı 322'den 440'a yükseldi. ABD aleyhine yapılan terör saldırıları 1994 yılında 66 iken 1995 yılında 99'a yükseldi ve katledilen Amerikan vatandaşı sayısı 4'ten 12'ye çıktı. Tüm dünyadaki uluslararası terör saldırılarının bilançosu 1994 yılında 314 iken 1995'te 165'e düştü, ancak yaralanan insan sayısı 10 kat artarak 6.291 oldu; sadece 5500 kişi Mart ayında Tokyo metro hattındaki kimyasal saldırıda yaralandı.

Terörizmin, altında yatan sebepleri daha iyi anlayabilmek amacıyla yakından incelenmesi, dünya şartlarının da tahlilini beraberinde gerektirmektedir. Yeni bir milenyum başlamak üzereyken milletler; ilerleyen yıllarda dünya nüfusunun artışında ki endişe verici hız ile alevlenecek olan ve terörizmin gelişmesini besleyen unsurlar olan açlık, hastalık ve sayısız diğer sosyoekonomik ve çevresel problemlerle boğuşmaya başlayacaklardır. Bu durum ise, terör örgütlerinin az gelişmiş ülkelerde zor şartlar altında yaşayan insanlara daha iyi şartlar sunarak yeni üyeler toplayabileceğini tekrar gözler önüne serecektir (D'Amora ve Anuza 1986).

Terörizmi anlayabilmek ve açıklayabilmek için birçok tanım, tipoloji ve teori geliştirilmiştir. Fakat sonuç olarak bütüncül bir teori bulmak zor olmuştur. Neyse ki içlerinden bir açıklama diğer açıklamalara ışık tutmaktadır. Karber'e (1971) göre sembolik bir hareket olarak terörizm, diğer iletişim araçlarına benzer bir şekilde analiz edilebilir. Bu kavramsallaştırma, iletişimin dört temel içeriğinin terörizm bağlamında açıklanmasıyla mümkün olmaktadır: mesajı ileten (terörist), mesajın alıcısı (terörist eyleminin hedefi), mesaj (bireysel veya kurumsal mağdurları içeren terör eylemi) ve geri bildirim (alıcının tepkisi). Karber (1971) tarafından yapılan terörizm tanımı, son 20 yılda dünya çapında gerçekleştirilen terör saldırıları göz önüne alındığında yapılan en gerçekçi terörizm tanımıdır. Kitle iletişim araçlarının da yardımıyla teröristler, başka türlü asla ulaşamayacakları geniş kitlelere vaatlerini ve amaçlarını başarılı bir şekilde ulaştırabilmektedirler.

Terörizmin geleceğine yönelik birbirlerini destekleyen kaynaklar tarafından yapılan tahminler, terör örgütlerinin daha sık ve cesur eylemler

yapacağını ön görmektedir (D'Amore ve Anuza 1986; Jenkins 1987, 1988; ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Uzmanlar, teröristlerin hassas (yumuşak) hedefler seçmeye devam edeceklerini, saldırılarını daha az fark gözeterek (daha gelişi güzel) yapacaklarını, terörizmin kurumsallaşacağını ve silahlı bir güç olarak coğrafi bazda yayılacağını ve medyanın terör olaylarını yayınlamadaki artan yetkinliği sebebiyle halkın terörizme her zamankinden daha çok şahit olacağını tahmin etmektedirler (Atkinson vd. 1987; Jenkins 1988). Jenkins'e (1988) göre, terörizmin rutin ve neredeyse göz ardı edilebilir hale gelmesi dolayısıyla sıra dışı güvenlik önlemleri de kalıcı ve hayatın kabul edilen bir parçası haline gelecektir. Çoğu Birleşik Devletlerde yakın zamanda gerçekleşen ve arka arkaya gelen terör saldırıları (1993 Dünya Ticaret Merkezi'nin bombalanması, 1995 Oklahoma City'nin bombalanması, 1996 Suudi Arabistan'daki Birleşik Devletler üssünün bombalanması, 1996 Atlanta'daki Centennial Olimpik Park'ında patlayan bomba, 1996 Chicago'nun O'hare Uluslararası Havalimanı pistinde tespit edilen ve patlatılan boru bombası) sıkı güvenlik önlemlerine yol açmıştır, ki bu da Jenkinson'un tahmininin ilk kısmını doğrular niteliktedir.

Terörizmin geleceği tartışmasında, 1995'te düzenlenen 10. Yıllık Kriminal Adalet Meseleleri Sempozyumu'nda, konuyla ilgili yeni eğilimler tanımlanmıştır:

1. 1970 ve 80'lerdeki Marxist/Leninist terör eylemlerinin çoğunun yerini İslami tutuculuk almıştır.
2. Gerekli silahları, ikmal, finansmanı, koordinasyonu, eğitimi ve terörizmi sürdürmek için gereken güvenli sığınakları sağlayan terörist devletler 1980'lerde Moskova, Havana, Sofya ve Doğu Berlin iken 1990'larda İran, Irak, Libya, Kuzey Kore, Sudan ve Suriye olmuştur.
3. Teröristler ile grup üyeleri arasındaki bağlantıları çözmek, büyük terör grupları arasında artan iş birliği ve örgütsel doğalarındaki değişim (planlı saldırılardan değişken saldırılara geçiş) yüzünden daha zor bir hale gelmiştir.
4. Teröristlerin kitle imha silahları kullanma ihtimalinin artmasıdır. Bu tip bir silahla ilk kitle imha denemesinin (1995 Japonya'da, 12 kişiyi öldüren ve işine giden 5500 kişiyi yaralayan "sarin" gaz saldırısı) kayda geçmesi, terörizmin rahatsız edici gerçekliğini dünyaya göstermiştir (Ranstorp 1996; ABD Dışişleri Bakanlığı 1996).

Dünya üzerindeki milletler misilleme olarak, terörle mücadele, güvenlik güçleri ve istihbarat toplama faaliyetlerinde güç birliği yapmaya başlamıştır. Terörizmle mücadele konusunda stratejiler geliştirmek amacıyla çeşitli konferanslar ve zirveler organize edilmiştir. 1995'te Şili, Brezilya, Paraguay, Uruguay ve Amerika Birleşik Devletleri'nden yetkililer, Arjantin'de bir bölgede terör tehdidinde karşı alınacak önlemleri tartışmak amacıyla bakanlar kurulu toplantısına katılmışlardır (ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Halifax Zirvesi tarafından kurulan mandaya karşı olarak, Ottawa'da Aralık ayında bir konferans düzenlenmiş ve Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya ve Birleşik Devletleri (Örneğin G-7) ve Rusya gibi devletlerden yöneticiler katılmıştır. 1996'da 6 adet uluslararası terörle mücadele toplantısı yapılmıştır. Bunlar; Mısır'da Başkan Clinton ve Başkan Mübarak tarafından ev sahipliği edilen "Arabulucular Zirvesi"; Filipinler ve Japonya'nın ev sahipliği ettiği Asya ve Pasifik konferansları, Lima'da gerçekleştirilen ve Peru tarafından ev sahipliği edilen Amerika kıtası özel konferansı ve G-7 ve Rusya bakanlarının katılım gösterdiği Paris'teki toplantılardır.

Birleşik Devletlerde Başkan Clinton, 1996'da 'Anti terörizm ve Uygulanabilir Ölüm Cezası' yasasını imzalayarak yürürlüğe koymuş ve bu yasa ile federal hükümeti, terörizme karşı verdiği savaşta daha güçlü hale getirmiştir. Clinton yönetimi aynı zamanda diğer milletlerle yeni suçlu iade anlaşmalarına dair görüşmeler yapmış ve ülkesindeki teröristlerin ve terörist gruplarının varlığını önlemeye çalışmıştır. Birleşik Devletlerin terörle mücadele politikaları; teröristlerle asla anlaşma yapılmaması ve şantajla teslim olunmaması; teröristlere suçlu olarak muamele edilmesi; teröristlerin kararlı bir şekilde takip edilmesi ve yasaların gücünün uygulanması; ekonomik, diplomatik ve siyasi yaptırımlar uygulayarak ve diğer devletleri de bu şekilde davranmaya teşvik ederek, teröristleri maddi-manevi destekleyen ülkelere olabildiğince baskı uygulanması şeklinde üç genel ilke üzerinde durmaktadır (ABD Dışişleri Bakanlığı 1997).

Siyasi istikrarsızlık, hükümetin, devrilmesi veya askeri bir darbe sonucu belirli gruplar tarafın-

dan yönetilmesi veya toplumsal düzenin kontrol ve devam ettirilmesi için gereken temel fonksiyonların, istikrarsız veya kısmen bozulmuş bulunduğu ülkelerin durumunu ifade etmektedir (Cook 1990). 1991 yılında Yugoslavya'nın dağılması ve sonrasında Bosna Hersek'te patlak veren savaş; Burundi, Haiti, Hindistan, Pakistan, Runda, Somali ve Güney Afrika'daki ırksal, etnik ve dini çatışmalar; Çin ve Kuzey Kore'deki öğrenci ayaklanmaları ve Ortadoğu'da sürmekte olan Arap-İsrail çatışmaları, hiç kuşkusuz günümüzde fazlasıyla bilinen siyasi anlaşmazlık örnekleri arasındadır. Bu örnekler, dünya üzerinde bir çeşit siyasi çatışma yaşayan ülke sayısının, barış ve istikrar içinde yaşayan ülke sayısını geride bıraktığını göstermektedir.

Terörizm ve siyasi istikrarsızlık birbirinden bağımsız düşünülecek kavramlar değildirler (Wieviorka 1994; Hall ve O'Sullivan 1996; Lea 1996). Wieviorka (1994), siyasi krizlerin nihayetinde nasıl terörizmle sonuçlanabileceğini göstermek amacıyla Lübnan, İtalya ve Batı Almanya'yı örnek olarak kullanmıştır. Aslında, terörizmin yanı sıra uluslararası, bölgesel ve iç savaşlar, soykırımlar, sıkıyönetimler, askeri darbeler ve isyanlar da; Ortadoğu, Balkanlar ve Doğu Afrika'da görüldüğü gibi hem belirli ülkelerin hem de tüm bölgenin güvenliğini tehdit edecek siyasi problemlere yol açabilmektedir. (Wieviorka 1994; Hall ve O'Sullivan 1996). Siyasi istikrarsızlık ve terörizm arasındaki güçlü bağlantı, bazı kaynaklarda bu iki kavram arasındaki ayrımı yapmanın neden zor olduğunu açıklayabilir. Farklı özelliklerine rağmen hem siyasi istikrarsızlık hem de terörizm, turizmi fazlasıyla etkilemektedir. Terör eylemleri çok kısa bir süre içerisinde ve hızlıca gerçekleşmekte ve kitle iletişim araçlarının yoğun yayınları sayesinde halkın dikkatini hemen çekebilmektedir. Medyanın terörizm kadar ilgi göstermediği siyasi anlaşmazlıklar ise uzun süreli etkilere sahip olmakla beraber etkilenen destinasyonlarda seyahatleri büyük ölçüde sekteye uğratabilmekte ve uluslararası turizmi de belli seviyede sabote edebilmektedir. Neyse ki siyasi anlaşmazlıklar veya savaş çerçevesinde turizm meselelerinin incelenmesi son zamanlarda daha çok ilgi çekmektedir (Richter 1983; Teye 1986; Scott 1988; Teye 1988; Hollier 1991; Schwartz

1991; Gartner ve Shen 1992; Hall 1994). Turizm ve siyaset arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışanlara, *Tourism and Politics: Policy, Power and Place* (Hall 1994) ve *Tourism, Crime and International Security Issues* (düz. Pizam ve Mansfeld 1996) gibi kaynakları incelemeleri önerilebilir. Ayrıca 1995'te Mid Sweden Üniversitesi tarafından organize edilen "Talk at the Top International Conference

on Tourism Security and Risk" adlı konferansta sunulan bildirilerin de hali hazırda kaynaklara katkı sağlaması açısından önemli kaynaklar arasında gösterilmektedir. Önerilen ilk kaynak; turizm ve suç; turizm ve politik istikrarsızlık; turizm ve savaş ve suç ve turizm endüstrisi olarak dört kısma ayrılmış bir kitaptır. İkinci kaynak ise turist güvenliği ve riskleri, suç, terörizm ve

Tablo 1. Terörizm veya Siyasi Kargaşanın Turizmi Etkilediği Ülkelere Örnekler

Çin: 4 Temmuz 1989'da, Çinli yetkililer, tüm dünyanın gözü önünde Pekin'in Tiananmen Meydanı'ndaki öğrenci protestolarına acımasızca müdahale etmişlerdir. Askeri tankların ve kaosun haberlerde yayınlanması ile Çin Halk Cumhuriyeti, kendisini resmi olarak uluslararası terörizme açmıştır. Hükümetin dünya görüşü oldukça olumsuz bir hal almıştır. Bu kargaşanın sonucu olarak Pekin'deki doluluk oranı %30'un altına inmiş, yaklaşık 11.500 kişi seyahat planlarını iptal etmiş ve turizm gelirleri 1989'da 430 milyon dolarlık bir düşüş göstermiştir (Gartner ve Shen 1992; Hall ve O'Sullivan 1996).

Mısır: Uç fıkırlere sahip yerli bir grup olan ve Başkan Hüsnü Mübarek hükümetinin yerine İslamcı bir hükümet getirmeyi hedefleyen Al-Gama'at al-Islamiyya Grubu (İslamcı Grup), 1970'lerin sonunda etkili olmaya başlamıştır (ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Grup 1992'den beri, özellikle Mısır'ın turizm sektörünü hedef almış ve bu sektöre yönelik saldırılar düzenlemiştir. 1992-1995 yılları arasında turistlere yönelik 120'nin üzerinde saldırı gerçekleştirilmiş ve bu saldırılarda 13 turist hayatını kaybetmiştir. Mısır'ın yurt dışından gelen ziyaretçi sayısında %22, geceleme sayısında %30 ve turist gelirlerinde %43'lük düşüş görülmüştür (Aziz 1995; Wahab 1996). Bu kriz, Mısır'ın uluslararası tur operatörlerinin programlarından kaldırılmasına neden olmuştur. Turistlere yönelik son terörist saldırısı ise 1996 yılı Nisan ayında gerçekleştirilmiş ve Kahire'deki 18 Yunan turist bu saldırıda hayatını kaybetmiştir.

Fiji: Fijili olmayan bir hükümetin seçimlerden galip çıkmasının ardından Fiji'de 1987 yılında sadece birkaç ay içerisinde iki askeri darbe yaşanmıştır (14 Mayıs ve 28 Eylül). Bölgede ki Turizm sektörüne yönelik darbeler ise Medyanın sansasyonel yayınları ile başlamış ve bu durumu Avustralya ve Yeni Zelanda'nın yeni seyahat tavsiyeleri takip etmiştir. İlk darbeyi Fiji'nin Nadi Havalimanı'nda Air New Zealand şirketine ait bir Boeing 747 tipi uçağın kaçırılmaya çalışılması takip etmiştir (Hall ve O'Sullivan 1996; Lea 1996; Scott 1996).

İsrail: 1948'deki kuruluşundan bu yana işgal edilmiş bölgelerde yaşayan İsrailiiler ve Filistinliler devamlı bir kargaşa içinde yaşamaktadırlar. 1987'deki Filistin ayaklanması (Intifada) bu kargaşayı büyütmüş ve Müslüman Kardeşliğinin Filistin dalından katlımlarının artmasıyla, İsrail'in yerine bir İslamcı Filistin Devleti kurmak amacıyla İslamcı Direniş Hareketi (HAMAS) oluşturulmuştur (ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Gerek İsrailiiler gerek Filistinliler tarafından yapılan saldırılar çok sayıda can kaybına neden olmuştur. 1970-1994 yılları arasında gelen turist sayısında yavaş bir artış görülsede yaşanan olumsuz olaylardan sonra sert düşüşler dikkatlerden kaçmamıştır (Bar-On 1996).

Meksika: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA) 1 Ocak 1994'te yürürlüğe girdiği zaman Efercito Zapatista de Liberacion Nacional (EZLN), Meksika hükümetine karşı silahlı bir isyan başlatmıştır. Çeşitli kaynaklara göre ayaklanmanın ilk 12 gününde 145 ile 500 arasında insan hayatını kaybetmiştir. Askeri birlikler, Güneydoğu Meksika'nın Chiapas bölgesinde yollara barikatlar kurmuş ve gelen araçları aramışlardır. Mart 1994'te sevilen başkan adayı Luis Donaldo Colosia'nın suikasta kurban gitmesi, Meksika'da daha büyük bir gerginliğe yol açmıştır. Zapatistas grubunun elindeki en büyük kent olan ve hem ayaklanmaların hem de pazarlıkların yapıldığı Chiapas'taki San Cristobal kenti, hem uluslararası hem de yurt içi turizmde büyük kayıplar yaşamaya maruz kalmıştır. Sonuç olarak 1994 yılı Ocak ve Şubat aylarında önceki yılın aynı aylarına göre gerçekleşen turist ziyaretlerinde %70'lik bir düşüş yaşandığı kaydedilmiştir (Pitts 1996).

Kuzey İrlanda: 1996 yılında Geçici Cumhuriyet Ordusu (PIRA), Sinn Fein (Kuzey İrlanda'daki Britanya yetkilerini ortadan kaldırmak ve İrlanda Cumhuriyeti ile birleştirmek amacıyla hareket eden yasal bir politik hareket) gizli bir silahlı gücü olarak kurulmuştur (Ni Aolain 1996; ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Bu grup, Kuzey İrlanda'daki üst düzey İngiliz yetkilileri, İngiliz asker ve polislerini hedef almaktaydı. Gerçekleştirilen bu terör eylemleri ve İngiliz birliklerinin misillemeleri, bölgedeki turistik faaliyetleri ciddi derecede kısıtlamıştır. Risk ve tehlike imajının sonucu olarak 1967 yılında 1.080.000 ile zirve yapan ziyaretçi sayısı, 1976 yılında 321.000'e kadar düşmüştür (Witt ve Moore 1992; Buckley ve Klemm 1993; Wall 1996). 31 Ağustos 1994'te yürürlüğe konulan ateşkes, 9 Şubat 1996'da Londra'da 2 kişinin ölümüne ve 43 kişinin yaralanmasına yol açan patlama ile sonra ermiştir. 18 aylık ateşkes süresince Kuzey İrlanda Turist Kurulu, bir önceki yıla göre turistik talep sayısında %59'luk, otel doluluk oranlarında %11'lik, yurt dışından gelen ziyaretçi sayısında %18'lik ve tatile gelenlerin toplam sayısında %68'lik bir artış gözlemlemiştir (O'Neill ve Fitz 1996).

Peru: The Sendero Luminoso (Işıklı Yol), mevcut Peru kurumlarını köylülerin devrimci rejimiyle değiştirmek ve Peru'yu yabancı etkilerden kurtarmak için 1960'ların sonunda kurulmuş Maoocu bir terörist grubudur (ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Bu grubun gerçekleştirdiği saldırılar sonucunda sadece 1989 yılında 350.000 olan uluslararası turist sayısını 1991 yılında 33.000'lere kadar düşmüştür (Wahab 1996). Rakip bir terörist grubu olan ve hapsedilen isyancıların serbest bırakılmasını talep eden Tupac Amaru Devrim Hareketi (MRTA) ise 17 Aralık 1996'da Japonya Büyükelçiliği'ni basmış ve 500 kişiyi rehin almıştır. İsyancılar ile Peru askeri birlikleri arasındaki gerçekleşen pazarlıklar 126 gün sürmüş ve bu süre zarfında rehinelere, küçük gruplar halinde serbest bırakılmıştır. 24 Nisan 1997'de ise kalan 72 rehine de, askerlerin başarılı kurtarma operasyonu sayesinde kurtarılmıştır.

Tablo 1. Terörizm veya Siyasi Kargaşanın Turizmi Etkilediği Ülkelere Örnekler (Devam)

Slovenya: Yugoslav ordusu Haziran 1991'de Slovenya'ya saldırmıştır. Ordunun 1991'de Hırvatistan'a ve 1992'de Bosna Hersek'e saldırmasına kadar süren Slovenya savaşı 10 günde sona ermiştir. Fakat bunun sonucunda, 1991'de Yugoslav uzman tur operatörleri, rezervasyonlarını yaptırmış bir milyondan fazla turisti kaybetmiştir. Hatta 10 günlük savaşın üstünden 2 yıl geçmesine rağmen Sloven turizm rakamları savaş öncesi sayıların altında kalmaktan kurtulamamıştır. 1993'teki geceleme sayılarında 1990 yılına göre %32 azalma kaydetmiştir (Mihalic 1990).

İspanya: Bask Anavatanı ve Özgürlük (ETA), İspanya'nın Bask bölgesinde bağımsız bir ülke kurmak için 1959'da kurulmuş bir örgüttür (ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Ana hedefleri politikacılar, askeri personel ve hükümet yetkilileri olmakla beraber ETA, 1984-1987 yılları arasında özellikle İspanya turizmini hedef almış, otelleri ve seyahat acentelerini bombalamıştır. ETA'nın yazdığı ve turistlerin hedef alınacağını belirten 200'ün üstünde mektup yabancı elçiliklere, seyahat acentelerine ve İspanya'daki yabancı kanallara gönderilmiştir (Enders ve Sandler 1991). ETA 1996'daki 'yaz faaliyetleri' çerçevesinde Temmuz ayının başında 6 bombalama olayına imza atmış ve Barcelona yakınlarındaki Reus Havalimanında 35 kişinin yaralanmasına sebep olmuştur. Bunun yanı sıra İspanya'nın Dorada kıyısı boyunca bulunan otelleri bombalamıştır. Bombalamaların sonuç olarak ise turizm faaliyetlerinde olumsuz hareketlenmeler kaydedilmiştir (Bar-On 1996).

Tibet: 1987'de başlayan milliyetçi kargaşa, Mart 1989'da Lhasa'da sikiyönetim ilan edilmesi ile noktalanmıştır. 1990'da Kathmandu'da, demokrasi öncesini anlatan çizimlerin fotoğraflarını çeken üç yabancı vurulmuş ve bunlardan biri hayatını kaybetmiştir. Bu durumun akabinde ise Tibet turizmde ciddi hasarlar yaşanmıştır. 1988 yılında Tibet'e gelen ziyaretçi sayısı 22.000 iken, 1989 yılının ilk altı ayında bu sayı 1.092 olarak kayda geçmiştir (1988'in ilk altı aylık sürecinde bu sayı 5.000'dir). Hükümetin ziyaretçi beklentilerinin sadece %3,1'i gerçekleşirken turizm işletmeleri tarafından 4.52 milyon yuanlık kayıp olduğu bildirilmiştir (Schwartz 1991).

Gambiya: 1965 yılında Britanya'dan bağımsızlaşmasının ardından siyasi istikrarın sürdüğü bu küçük ülke gelişmekte olan bir Batı Afrika ülkesidir. Ülkede 1994 yazında, kansız bir askeri darbe gerçekleştirilmiştir. Olay onucunda, İngiliz Seyahat Öneri Birimi (FCO), Gambiya karşıtı birtakım sert seyahat uyarılarında bulunmuş ve bunun sonucunda önce İngiliz sonra da İskandinav tur operatörleri, ülkenin turizm sektörünü bitirmek pahasına bu ülkedeki faaliyetlerini durdurmuşlardır. Ülkeye gelen turist sayısı 5.000'den 300'e düşmüş, doğrudan veya dolaylı olarak turizme bağlı 2.000 iş kolu yok olmuş, 8 otel kapanmış ve ülkenin ekonomik ve sosyal şartları hızlı bir şekilde kötüleşmeye başlamıştır (Sharpley ve Sharpley 1995).

Türkiye: Bağımsız Marksist bir ülke kurma çabasındaki asi bir Marksist-Leninist grup olan Kürdistan İşçi Partisi (PKK) 1974 yılında Türkiye'nin Güneydoğu bölgesinde kurulmuştur (ABD Dışişleri Bakanlığı 1996). Günümüze kadar PKK, öncelikli olarak Türk hükümet güçlerini ve sivilleri hedef almıştır. 1993 yılından bu yana PKK örgütü, Türk hedeflerine karşı Batı Avrupa'da daha aktif olmaya başlamış ve 1991'den beri özellikle Türk turizm sektörünü hedef almıştır. ETA'nın mektup kampanyasından ilham alan PKK yabancı şirketlere, Türkiye'ye turist gönderilmemesi için uyarıcı mektuplar göndermiş, turizm bölgelerini ve otelleri bombalamış ve yabancı turistleri kaçırma faaliyetlerinde bulunmuştur. 1992-1993 yıllarına nazaran yabancı turist ziyaretlerinde %8'lik bir düşüş gözlemlenmiştir (Bar-On 1996). PKK'nın gönüllü olarak ilan ettiği ateşkesin ardından ise 1996'da yurt dışından gelen turist sayısının rekor seviyelere (9.5 milyon) ulaştığı gözlemlenmiştir.

Zambiya ve Zimbabve: Önceden Güney Rhodesia olarak bilinen Zimbabve'nin 1965'teki Tek Taraflı Özgürlük İlanı (UDI)'nin ardından 15 yıl sürecek ve 1990 yılında sona erecek olan özgürlük savaşı başlamıştır. Bunun sonucu olarak, komşu Zambiya'yı da ilgilendiren bölgedeki turizm sektörü sekteye uğramıştır. Teye'ye (1986) göre Kenya'ya gelen turist sayısı 1964-66 yıllarında 250.400 iken 1970-78 yıllarında 3.524.000'e çıkmış fakat Zambiya'da aynı dönemlerde çok az bir artış olduğu (429.700-466.800) görülmüştür. 1967-69 yılları arasında Zambiya'da, savaş yüzünden herhangi bir turist ziyareti kaydedilmediği ortaya çıkarılmıştır.

konuk ağırlama kriz yönetimi meselesi üzerine yoğunlaşan ve alanda gerçekleştirilen tek konferansta sunulan yayınların bir derlemesidir.

İlginç bir şekilde uluslararası terörizm ve turizm kavramları belli başlı ortak özelliklere sahiptir. İkisi de ülke sınırlarını aşmakta, farklı ülkelerin vatandaşlarını kapsamakta ve seyahat ve iletişim teknolojilerinden faydalanmaktadır (Schlagheck 1988). Hatta bu durum iki kavram arasındaki ilişkiyi yıllar boyunca sayısız haber bülteninin konusu haline getirmiştir. Şu bir gerçektir ki, tesadüfi terör eylemleri turistleri korkutmakta ve halk bu eylemleri unutama kadar bu durum ülkedeki turizmin akışını sınırlamakta veya değiştirmektedir. Diğer bir taraftan, bazı ülkeler de sürekli olarak arz eden terörizm, ülkenin

olumlu imajını lekelemenin yanı sıra ülkedeki turizm sektörünü tehlikeye atmaktadır. Sürekli hale gelen terör saldırıları turistlerin algılarını değiştirdiği zaman veya teröristlerin özellikle bu sektörü hedef aldığı zaman, turizmin acı çekmesi kaçınılmaz olacaktır. Terörizm veya siyasi kargaşanın turizmle kesiştiği ve turistik faaliyetlerin engellenmesine ya da turist tipinin değişmesine yol açtığı örnek ülkeler Tablo 1'de belirtilmiştir. Bu örnekler Wahab'ın (1995) terörizmin her toplumun kendine has karakteristik özelliklerini sömürdüğü iddiasını doğrulamaktadır. Ülkeler farklı koşullara sahip olmasına rağmen, turizm sektörleri şiddeti değişmek üzere benzer zorluklara mazur kalır.

Terörizm – Turizm ilişkisi

Terörizm ile turizm arasındaki ilişkiyi çözmek, teröristlerin hedeflerinin ne olduğunu anlamak konusunda fayda sağlayacağını düşünmek mantıklıdır. Teröristleri neyin güdülediği konusunda hemfikir olmak zor olsa da terörizm – turizm ilişkisinin doğasını açıklamayı hedefleyen birtakım çalışmalar bulunmaktadır. Alanyazın açıkça belirtmektedir ki turistler veya turizm sektörü kasıtlı bir şekilde hedef alınmaktadır ve teröristlerin amaçlarına (örn: propaganda, ekonomiyi bozma, turizme ideolojik karşı çıkış) ulaşmalarında etkili bir yoldur. Konu hakkında yazılan ilk makalelerden birinde Richter (1983), uluslararası turizmin huzurlu bir biçimde sürmesi ile diplomatik ilişkiler arasındaki paralellikleri belirterek terörizm – turizm ilişkisinin sembolik doğasını göstermektedir. Richter'e göre turistlerin hedef alınmasının sebebi turistlerin, ülkelerinin temsilcileri, kolay hedefler ve 'muhalif hükümetin dolaylı temsilcileri' olarak görülmesidir (Richter 1983; Richter ve Waugh 1986). Bu durum, 1985 yılında Filistinli teröristlerin Achille Lauro yatını kaçırmalarıyla acı bir şekilde örneklendirilebilir. Çünkü yattaki tek Yahudi Amerikan'ın öldürülmesi rastlantı ile açıklanamaz. Geçen zamanla birlikte de dünyada, uluslararası turizmin siyasi öneminin teröristlerce anlaşıldığına dair trajik olaylara şahit olunmuştur. Richter'e (1983) göre başka ülkelerin vatandaşlarını kapsayan terör eylemleri, siyasi özgürlüklere karşı koyulan sert kısıtlamalara bir cevap niteliğinde görülebilmektedir çünkü saldırgan hükümetin kontrolündeki basın, kendi vatandaşlarının başına gelen terör olaylarını örtbas etme eğilimindedir. Sebebi basit ve açık olan durum sayısız olaylarla kanıtlanmıştır: farklı ülke vatandaşlarının dâhil olduğu olaylar haber bültenlerine kesinlikle yansımaktadır. Bu sayede teröristler, kendi hükümetlerinin kısıtlama ve sansürlerini engelleyerek basından gerekli ilgiyi göreceklarını bilmektedirler. Turistler kaçırıldıklarında veya öldürüldüklerinde, olay medya tarafından hemen yayınlanır ki bu da teröristler ile devlet arasındaki siyasi çatışmanın dünya çapında bilinmesine yol açmaktadır. Teröristler istedikleri etkiyi bırakırlar ve medya da bu etkinin yayılmasına ve artmasına yardımcı olur (Richter 1983).

Teröristlerin hedefleri, genel olarak devrimci (rejimin devrilmesi gibi hükümet karşıtı hedefler) ve devrimci olmayan (politika ve eleman değişimleri) hedefler olarak sınıflandırılmıştır. Daha detaylı olarak terörist hedefleri; ideolojik, stratejik ve taktiksel hedefler olarak sınıflandırılabilir (Richter ve Waugh 1986). İdeolojik hedefler uzun vadeli hedeflerdir ve ulusal bir mücadele gerektirebilir. Kısa vadeli olan ve yasal endişelerden kaynaklanan taktiksel hedefler ise genellikle soygunları içermekle birlikte zengin turizm bölgelerini, saldırılara karşı savunmasız olan turistlerin bizzat kendilerini ve sosyoekonomik ve siyasi elitlerin yaşadığı bölgeleri hedef almaktadır. Taktiksel saldırılar, büyük ölçüde alışılmış günlük suçlara benzerlik göstermektedir. Richter ve Waugh'a (1986) göre teröristler, stratejik amaçlarını gerçekleştirmek için turistleri hedef alarak turizm sektörünü baltalarlar ve böylece daha bilinir hale gelirler. Ayrıca, teröristler, ihtiyaç duydukları kaynakları karşılamak için farklı turist gruplarına ve kuruluşlara yönelmekten çekinmezler. Yabancı dil konuşan ve yabancı görünen geniş gruplar, teröristlere hem saklanma ve güvenlik imkânı hem de hedef seçme imkânı sağlamaktadır. Teröristler, hiç şüphe uyandırmadan turistlerin arasında gezebilir ve döviz kullanarak alışveriş yapabilirler (Richter ve Waugh 1986). Bu bağlamda düşünüldüğü zaman, teröristler; ideolojik amaçlarını gerçekleştirmek, hükümeti destekleyen vatandaşları cezalandırmak ve hükümeti zayıf göstererek siyasi meşruiyet iddialarını güçlendirmek için turistleri hedef alma eğiliminde bulunmaktan çekinmezler (Hall ve O'Sullivan 1996).

Konu üzerine çalışanlar, terörizmin hedeflerini farklı biçimlerde tanımlasalar da turistleri hedef almanın teröristler için çok kazançlı olduğu konusunda hemfikirdirler. Turizm, kapitalizmi simgeleyen bir olgu olduğunda ve devlet tarafından da desteklendiğinde, sektöre yapılan saldırılar devlete de yapılmış sayılmaktadır. Turizm sektörü önemli bir ekonomik faaliyet kaynağı olduğu için teröristlerin turistlere karşı gerçekleştirdiği saldırılar, ülkeye giren döviz miktarının düşmesine sebep olarak hükümete ilave ekonomik yük bindirmekte ve teröristlere devlet yetkililerinden daha fazla siyasi güç sağlamaktadır

(Hall ve O'Sullivan 1996; Richter ve Waugh 1986). Edgell'e (1990) göre turistlerin kendi ülkelerinde kalma veya nispeten daha güvenli destinasyonlara gitme kararları, terörizmden mustarip ülkelerin turizm sektöründe büyük kayıplar yaşaması anlamına gelmektedir. 1992'de başlayan terör saldırıları sonucunda Mısır'daki döviz gelirindeki %43'lük düşüş, teröristlerin bir ülkenin ekonomisine ne denli zarar verebileceğinin açık bir kanıtıdır (Wahab 1996).

Bazı çalışmalar, terörizm-turizm ilişkisine dair geçerli sosyoekonomik ve kültürel açıklamalar da sunmaktadır (Richter 1983; Aziz 1995; Wahab 1995; Lea 1996; Wahab 1996). Richter'e (1983) göre turizm, "turizm gelişiminin destekçileri ve karşıtları arasında bölücü çatışmalara sebep olma" potansiyeline sahiptir. Benzer şekilde Richter'e göre yabancı iş adamları ve turistik tesisler, sosyoekonomik ve siyasi elitlerin turizm sektörü üzerindeki kontrolüne karşı çıkan teröristler için mantıklı hedefler olabileme potansiyeline sahiptirler. Turizmin "yerli sanayi ve kültürün bozulmasından sorumlu olduğu" düşünüldüğünde, bölgede yaşanan turizm gelişiminin yerli halka fayda sağlamadığı algısı şiddetli olaylara yol açma ihtimaline sahiptir (Richter ve Waugh 1986). Lea'nın (1996) "Turizmin gelişmesinde rol alanların, toplum desteğini de arkalarına alacak bir şekilde projelerini tasarlama, yerleştirme ve yönetmedeki olası başarısızlıkları, nihayetinde halkın karşı çıkmasına ve şiddete yol açacaktır." ifadesi de bu görüşü destekler niteliktedir. Yerel halkın turizm sektörüyle ters düşmesi sonucu muhalefetin ve şiddet olaylarının patlak vermesi ihtimal dâhilindedir (Lea 1996).

Mısır'daki terörizm tartışmasında Aziz (1995), İslam'ın sadece yabancı turistlere karşı olduğuna yönelik yanlış geliştirilen kaniya sosyoekonomik bir açıklama ile itiraz etmektedir. Aziz'e göre Mısır'daki turistler ve yerliler, hem dil hem de ekonomik ve sosyal farklılıklar yüzünden birbirinden ayrılmaktadırlar. Fakirlikten mustarip olan yerli halk, lüks içindeki yabancı turistlerle yaşamaya zorlandıkları zaman sürtüşme kaçınılmaz bir hal almaktadır. Aziz'in bu konuya ilişkin açıklamaları, Richter'in (1983) seyahat şekillerinin ideolojik değerleri, sınıf farkını ve turistlerin

ve ülkelerinin siyasi kültürlerini yansıtabileceği açıklamasını destekler niteliktedir. Sonuç olarak turistlerin hedef alınma sebebi, kayda değer bir tüketimi (harcamayı) yansıtan turizm göstergeleri (örn: para ve kredi kartının gösterilmesi, gösterişli fotoğraf makineleri, pahalı kıyafetler, takılar ve valizler) olarak gösterilebilir. Turizmle oluşan kızgınlık, bu kızgınlığın tehlikeli bir şekilde ifade edilmesine yol açabilmektedir. Bunların yanı sıra, yerel halk ve turistler arasındaki sürtüşmeler, çatışan kültür ve değerler nedeniyle de meydana gelebilir. Hatta, turistlerin İslam kültürüyle örtüşmeyen belirli davranışları da (örn: domuz eti ve alkol tüketimi, kumar, batılı tarzda kıyafetler, İslam gelenekleriyle uyuşmayan davranışlar) Mısırlıların kızgınlıklarının altında yatan muhtemel nedenlerden biri olarak değerlendirilebilir (Aziz 1995). Wahab (1995) bazen terörizmin özellikle turizmi hedef aldığını belirtmektedir çünkü turizmin, "yeni bir sömürgecilik hareketinin temsilcisi ve turistlerin de köklü toplumsal kurallar, gelenekler, değerler sistemi ve dini inançlara karşı bir tehdit oluşturan 'yabancı' ziyaretçiler olarak" algılanması onu bu fikre inandırmıştır. Wahab'ın (1995), Mısır'da turistlere karşı yapılan terör saldırılarının, çağdaşlığın yozlaştırılmasına direnmek amacıyla gerçekleştirilen eylemler olarak saldırganların klasik İslami toplumsal kuralları yeniden canlandırma isteklerinin yansıtıldığına yönelik açıklaması Richter ve Waugh'un (1986) "Yerel halkla turistler arasındaki basit temaslar yüzünden kültürün kirlenmesinin" sorumlusu olarak turizm görüldüğü zaman 'uyuşmazlıkların ortaya çıkacağı' söylemini desteklemektedir. Daha muhafazakâr yerliler veya Müslüman aktivistler; milli kültürlerine, geleneklerine ve dini inanışlarına tehdit olarak gördükleri şeyleri engellemek için kalıcı önlemler almaları gerektiğini düşünebilmektedirler (Wahab 1995). Maalesef ki uç durumlarda, kutsal inançları koruma isteği terörizme dönüşmektedir.

Basitçe söylemek gerekirse alanyazın, turizmi teröristler tarafından başlatılan bir iletişim biçimi veya bu iletişimde kullanılan bir mesaj olarak göstermektedir. Yani, turizm; siyasi, dini, sosyoekonomik veya kültürel anlaşmazlıkları tetikleyerek terör olaylarını da beraberinde getirebilir. Benzer şekilde turizm, ideolojik/siyasi çatışma-

ları geniş kitlelere ulaştırmak için etkili bir araç olarak da kullanılabilir. Her iki durumda da turistlerin hedef olarak seçilmesi tesadüfi bir durum değildir. Teröristler için yabancı turistlerin sembolize ettikleri değer, sahip oldukları yüksek profiller ve haber değerleri, istismar edilmeyecek kadar değerlidir. Diğer araştırmacılardan farklı bir bakış açısına sahip olan Ryan (1993) terörizmi, turizmi de kapsayan suçlar kategorisindeki ileri seviye bir suç olarak görmektedir. İlk bakışta terörizm ve suç kavramları bireylere yönelik tesadüfi şiddet olaylarını içermesi ve turizmi tehdit etmesi açısından birbirlerine benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ancak bu kavramları birbirinden ayırmak oldukça önem teşkil etmektedir çünkü bu kavramların ortaya çıkmasına neden olan sebeplerin açık bir biçimde tanımlanmaması çözüm üretmeyi zor bir hale getirecektir. Terörizm, siyasi ve dini nedenlerden dolayı, gündelik suçlardan açık bir şekilde ayrılmaktadır. Fakat kuşkusuz ki suç, bölgelerin kırılabilirliğini artırıp güvenli imajını yok ederek turizmi baltalayabilir. Akabinde ise uzun vadeli ve geri döndürülmesi oldukça zor olan pahalı sonuçlar ortaya çıkacaktır. Miami'deki turistlerin öldürülmesi bölgenin karşılaştığı zorluklara bir örnek teşkil etmektedir. Alanyazında birçok çalışma, suç ile turizm arasındaki ilişkiyi araştırmıştır (Pizam 1982; Chesney-Lind ve Lind 1986; Demos 1992; Kemmer 1995; Hollinger 1995; Bach 1996; Bloom 1996; Cohen 1996; Lankford 1996; LeBruto 1996; Prideaux 1996; Ryan ve Kinder 1996; Schiebler, Crotts ve Hollinger 1996; Tarlow ve Muehsam 1996).

Yapılan istatistiki çalışmalar, algılanan risk oranının artmasının turizm talebini ciddi derecede değiştirdiğini açıkça göstermektedir. Örneğin 1985'te altı milyonun üzerinde Amerika vatandaşının Avrupa'yı ziyaret etmesine ve 1986'da yedi milyon kişinin daha gideceğinin öngörülmesine rağmen bu sayının %54'ü, Avrupa'da terör faaliyetlerin zirve yapması sebebiyle rezervasyonlarını iptal etmiştir (D'Amore ve Anuza 1986). Aynı yıl Newsweek'in yaptığı Gallup anketine göre Amerikalıların %79'u o yaz okyanus aşırı ülkelere gitmekten kaçındıklarını belirtmişlerdir (D'Amore ve Anuza 1986). 1986'daki olaylar (Çernobil nükleer felaketi ve Birleşik Devletler ordusunun Libya baskını) Avrupa ziyaretlerini

de ciddi ölçüde azaltmıştır. Bazı Avrupa ülkelerine gerçekleşmesi öngörülen seyahatler, tahminlerin gerisinde kalmıştır. Rezervasyonlar, Yunanistan'da %30, Birleşik Devletlerde %68 ve eski Batı Almanya'da %77 azalmaya maruz kalmıştır (Braddy ve Widdows 1988). Akdeniz ülkelerindeki rezervasyonlarda %50'lik bir düşüş kaydedilirken sadece Mısır'da, beklenen Amerikalı ziyaretçilerin sayısında %65'lik azalma görülmüştür. Dünya Turizm Örgütü, 1985'te turizm sektöründeki 105 milyar dolarlık kaybı terörizme bağlamıştır. Öte yandan terörizm riski ortadan kaldırıldığı zaman turizm hareketlerinde artış yaşandığı da ayrıca görülmüştür. O'Neill ve Fitz (1996), Geçici İrlanda Cumhuriyet Ordusu'nun başlattığı ve Birleşmiş Kral Yanlısı Askeri Komutanın da katıldığı 18 aylık (Ağustos 1994'ten Şubat 1996'ya kadar) ateşkese atıfta bulunarak "Barışın en açık sonuçlarından biri de, ateşkesin ilk yılında Kuzey İrlanda'daki turizm faaliyetlerindeki hızlı yükselişi" olduğunu belirtmeleri bu durumu destekler niteliktedir.

Terörizmin, turizmi olumsuz yönde etkilediği inancı, bu iki olgu arasındaki ilişkiyi ölçen araştırmacılar tarafından, karmaşık metotlar ve bilgisayar modelleri kullanarak turizm faaliyetlerindeki değişiklikleri ortaya çıkarmak amacıyla testler yapılmış ve tutarlı bulgulara ulaşılmıştır. Örneğin, risk olasılığı, turist davranışlarını fazlasıyla etkilemektedir. Bu, hiç kuşkusuz turistlerin karar verme aşamasında ortaya çıkan bir etkidir (Cook 1990; Sönmez ve Graefe 1998). Yapılan çalışmaların ulaştığı diğer bulgulara göre turistler, koruyucu bir önlem olarak; davranışlarını değiştirmekte (Hartz 1989); riskli bölgeler yerine daha güvenli bölgeleri tercih etmekte (Gu ve Martin 1992; Mansfeld 1996); terörizm riskini doğrudan etkilenmeyen komşu ülkelerle ilişkilendirmekte (Enders, Sander ve Parise 1992); terörizme karşı geç tepkiler vermekte (Enders ve Sandler 1991; Enders vd. 1992) ve riske karşı verdikleri tepkilerde kültürel farklar göstermekte oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Hurley 1988; Tremblay 1989; Wall 1996). Terörizmin turistlerin kararları üzerindeki etkilerine dair geniş çaplı bir inceleme alanyazında henüz mevcut değildir. Zaten karışık olan karar verme sürecine bir de risk faktörünün katılması, muhtemelen bu süreci daha

da karmaşık hale getirecektir. Bunun yanı sıra, turizm çeşidi (örn: iş veya eğlence) de karar verme sürecini etkileyebilir. Örneğin iş amaçlı seyahat eden turistler, seyahat yerlerine ve programlarına daha bağlı kalmak durumdadırlar. Cook (1990) ve Sönmez ve Graefe (1998), iki farklı evreni kullanarak terörizm ve siyasi istikrarsızlık riski taşıyan seyahat kararlarını incelemişlerdir. Cook'a göre iş amaçlı seyahat edenlerin uluslararası bölgelere olan eğilimleri, onların medyada yayınlanan terör haberleri nedeniyle planlarını değiştirmeleri konusundaki isteksizlikleri ve daha önceki uluslararası seyahatleri tarafından belirlenir. Cook deneklerine, terör riskine karşı verecekleri tepkileri anlamak için hayali durumlar ve ülkeler vermiştir. Deneklerin hayali terör tehditlerine karşı verdikleri farazi tepkiler, gerçek tehlikelere verecekleri asıl tepkilerini yansıtmayacağı için Cook'un metodunun gerçekçi cevaplar alma konusunda ne kadar etkili olduğu sorgulanabilir. Benzer bir şekilde Sönmez ve Graefe de bireylerin tatil kararlarını incelemiş fakat geçmişteki yurt dışı seyahat tecrübelerinin şu anki ve ilerleyen süreçteki davranışlara yalnızca dolaylı olarak etki ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Sonuçlar ayrıca göstermiştir ki yurt dışında bulunan destinasyonlara karşı sahip olunan pozitif tutumlar ve o destinasyonların sahip olduğu risk seviyesinin düşük olması, bireylerin yabancı seçeneklere yönelmesine ve destinasyon seçerken güvenlik faktörlerine duyduğu ihtiyacın azalmasına neden olmaktadır. Ancak şu göz önünde bulundurulmalıdır ki, bu çalışmanın yapıldığı süre zarfında herhangi bir terör olayı meydana gelmemiştir. Bu nedenle araştırmanın kesin bir ortamda geçmiş olması sonuçları etkilemiş olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Risk içeren kararları daha somut bir biçimde anlamak amacıyla gerçek durum faktörlerine ihtiyaç vardır (halihazırda bir tehdit, medyanın terörizmle alakalı yayın yapması gibi).

Yukarıda belirtilen kısıtlamalar değerlendirildiğinde iş için seyahat edenlerin teröristlerce hedef alınma riskinin daha yüksek olabileceği söylenebilmektedir. Amerikan çok uluslu şirketlerinin, uluslararası terörizme rağmen devamlı yurt dışına seyahat etmek durumunda olan üst düzey yöneticilerinin incelendiği bir çalışmada

Hartz (1989), bu yöneticilerin, riskleri en aza indirmek adına seyahat sürecinde davranışlarında değişiklikler yaptıklarını gözlemlemiştir. Bilişsel ve duygusal başa çıkma şekilleri, inkâr, gerginlik ve güvenlik gerekçesiyle yapıldığı söylenen davranış değişiklikleri, birçok denegin kişisel olarak tehlike hissettiklerini ortaya çıkaran geniş kapsamlı röportajlarla incelenmiştir. Örneğin denekler röportajlarda "ucuz kurtulduklarını" (kaçırılan bir uçağa son anda binemediklerini, bombalanmadan hemen önce bir otel lobisinden ayrıldıklarını), "gerçek bir terör saldırısında kurban olduklarını" (örn: kaçırılma, bombalama) veya "kıl payı kurtulduklarını" söylemişlerdir. Tahmin edilebileceği gibi deneklerin çoğu (%83'ü), kendilerini daha güvende hissetmek için davranışlarını değiştirdiklerini söylemişlerdir. Bu değişikliğin yanı sıra yurt dışı iş seyahati yapanların çoğu, özgürlüklerinin kısıtlandığını, rahatsızlıklarının arttığını ve gerginlik seviyelerinin yükseldiğini de ayrıca belirtmişlerdir. Hartz, güvenli davranışları; dikkat çekmeme, dikkat çekmeyen kıyafetler giyme, şüphe çeken tüketim alışkanlıklarından vazgeçme ve kendini büyük bir şirketin adını kullanarak tanıtmama olarak tanımlamaktadır. İş seyahatine çıkanlar için bu yöntemleri kullanmak ve ülke insanları arasına karışmak mümkün olsa ve turistler bir şekilde davranışlarını değiştirebilseler de, çeşitli özellikleri (örn: kıyafet, davranış, ziyaret edilen yerler) ile yerli halktan rahatlıkla ayırt edilebilirler ve fark edilmeme konusunda ciddi zorluk yaşarlar.

Turistlerin ürünleri fiyat-performans açısından tartıp karar veren mantıklı tüketiciler olduğu varsayımına göre bir tatil destinasyonunda artan terör olaylarıyla ilişkilendirilen riskler, o destinasyonun algılanan maliyetinin turist için artmasına sebep olmaktadır. Bu yüzden bir tatil destinasyonunda ki terör olayları, turistlerin o bölgeyi daha riskli görmelerine (o bölgeyi görme maliyetinin artmasına) ve turistlerin daha güvenli gördükleri tatil destinasyonlarını tercih etmelerine neden olmaktadır (Enders ve Sandler 1991; Enders vd. 1992; Gu ve Martin 1992). Bu görüş, Gu ve Martin (1992)'in çalışmalarının da desteklediği bir görüştür. Söz konusu çalışma tatil yeri değişikliğini, gitmeyi düşündükleri bölgedeki riski gören uluslararası turistler için mantıklı bir çözüm ola-

rak görmektedir. Gu ve Martin, 1971-1984 yılları arasında Orlando Uluslararası Havalimanı'ndaki (OIA) yolcu trafiğinin artışıyla açıklamak adına, ikincil veriler kullanarak gelen yolcuları incelemişlerdir. Ortadoğu ve Avrupa'daki teröristlerin uçak kaçırma olaylarındaki artış ile Orlando Uluslararası Havalimanı'na gelen yolcu sayısındaki artış arasındaki bağlantıdan yola çıkan Gu ve Martin, Orlando ile Avrupa ve Ortadoğu'daki tatil yerleri arasındaki ikame etkisini açıklamışlardır. 1991 İran Körfez Savaşı sırasında da benzer bir durum ortaya çıkmıştır. Savaş sırasında turistler, Avrupa seyahatleri için Karayip ve Kuzey Amerika gemilerini tercih etmişlerdir. Ortadoğu'daki siyasi istikrarsızlık hakkındaki yeni bir çalışmada da benzer bölgesel değişiklikler incelenmiştir. Mansfeld (1996), istikrarsız durumdaki Ortadoğu'nun "iç çember" ülkelerindeki (örn: Mısır, İsrail, Ürdün, Lübnan ve Suriye) turizmin, buradaki Arap-İsrail çatışmaları sebebiyle, nispeten daha istikrarlı durumdaki "dış çember" ülkelerine (örn: Kıbrıs, Yunanistan ve Türkiye) doğru yöneldiğini göstermiştir. Mansfeld'e (1995, 1996) göre herhangi bir çatışmada aktif olarak yer almayan bir ülke, potansiyel turistler tarafından bir tehdit olarak görülemez. Mansfeld bu görüşünü, bölgedeki çatışmalar sebebiyle iç çemberdeki ülkelerin kaybettiği ziyaretçileri dış çemberdeki ülkelerin kazandığı gerçeği ile desteklemektedir. Mansfeld bu durumu "taşma etkisi" (çatışma yaşayan ülkelerin komşularının turizmden kazanç elde etmesi) olarak adlandırmıştır. Mansfeld bir ülkenin ziyaretçilerinin sayısı ile o ülkenin güvenlik durumuyla ilgilenme miktarı arasında doğru orantı olduğunu ayrıca belirtmiştir. Wahab'ın (1996) "Bir olaylar zinciri turistleri belirli tatil bölgelerini ziyaret etmekten alıkoyduğu zaman diğer tatil yerleri, uzak veya yakın olmaları fark etmeksizin, bu durumdan faydalanacaklardır" ifadesi de Mansfeld'in (1995, 1996) bulgularını destekler niteliktedir.

Bu tip değişiklikleri basitçe tatil yeri değişikliği olarak nitelenecek yerine "taşma etkisi" olarak nitelenecek zor olsa da, unutulmamalıdır ki bölgedeki turistler, kargaşa halindeki tatil yerlerinden ziyade yakınlarındaki komşu tatil yerlerini rahatlıkla tercih edebilirler. Bölgedeki turistlerin aksine bölge dışından gelen turistler ise, bu ça-

tışmaları tüm bölgeye genelleyebilirler. Bu görüş, Körfez Savaşı sırasında Irak'ın komşularında görülen turist sayısındaki düşüş ile açıklanabilir. Ayrıca, yoğun pazarlama çalışmaları ve döviz kurundaki değişiklikler gibi anlık faktörlerin de seyahat tercihlerinde değişikliklere yol açabileceği unutulmamalıdır. "İkame etkisi", bazı tatil yerlerinin neden diğerlerine nazaran daha fazla tercih edildiklerini, "Genelleme etkisi" ise neden bazı turistlerin bir ülkede terörizm tehdidi algıladıkları zaman tüm bölgeyi riskli görme eğiliminde olduklarını açıklamaktadır (Enders vd. 1992). Sonuç ise komşuları terör olaylarına dâhil olmuş olan bir ülkede, ülke tamamen güvenli olsa bile, turizmde meydana gelen rakamsal düşüşlerdir. Komşuları siyasi kargaşa yaşayan birkaç ülkedeki terörizmin sonucu olarak Avrupa genelindeki seyahat düşüşü, bu konuya güzel bir örnek teşkil etmektedir. Örneğin Irak'taki 1991 Körfez Savaşı sırasında Akdeniz Bölgesi, turizmde ciddi bir düşüşe sahne olmuştur.

Yazılı ve görsel basının yaygınlığı, insanları terörizm sıklığı ve şiddetinin yansıtıldığı kayıtların hemen o alanlardaki turizmi baltalayacağına inanmaya yönlendirmektedir. Fakat bu konuyla alakalı araştırmalar aksi durumu göstermiş ve turistlerin terörizme verdikleri tepkinin hemen değil daha geç geldiğini işaret etmiştir. İspanya örneğinde Enders ve Sandler (1991), tipik bir terör olayından sonra yurt dışından gelen ziyaretçi sayısının 140.000 civarında düştüğünü, fakat bu düşüşün olaydan üç ay sonra başladığını tespit etmişlerdir. Bu bulgu, 12 Avrupa ülkesinde (özellikle Yunanistan, İtalya ve Avusturya) terörizmin turizm üzerindeki etkilerinin incelendiği ikinci bir çalışma tarafından da desteklenmiştir. Enders, Sandler ve Parise (1992), turizmin terör olaylarına yaklaşık 6-9 ay sonra reaksiyon gösterdiğini ortaya çıkarmışlardır. Bu çalışmalarda ikincil veriler kullanıldığı için reaksiyonun neden geciktiğini bulmak zor olmuştur ki zaten bu da spekülasyonlara yol açmaktadır. Şu da bir gerçektir ki uluslararası turizm pahalı bir sektör olduğu için turistler, bir terör olayının hemen ardından planlarını değiştiremeyebilirler veya değiştirmek istemeyebilirler. Hatta turistler, olayın yaşandığı yerde kısa süre içinde yeni olayların yaşanma ihtimalinin düşük olduğunu bile dü-

şünebilirler. Terör olaylarından sonra devamlı gösterilen haberlerin seyahat akışları üzerinde etkisinin olması ihtimali de, terörizme verilen gecikmeli tepkinin başka bir açıklaması olarak gösterilebilir.

Turistlerin terörizme verdiği tepki tartışmasının son noktası da, risklere karşı verilen tepkilerin kültürel farklılıklara göre değişkenlik göstermesidir. Değişik kültürlerin risk algılarının incelendiği çalışmalar, hem risklerin sıralanmasında hem de algılanan risklerin kaynağı ve risklere verilen tepkilerin büyüklükleri açısından farklılıklar olduğunu göstermiştir (Tiegen vd. 1988; Mechitov ve Rebrük 1990; Goszczyńska vd. 1991). Benzer bir şekilde, uluslararası turistlerin memleketlerinin terör tehditlerine verdikleri tepkileri belirlemede rol oynadığı bulunmuştur (Hurley 1988; Tremblay 1989). 1985'te ve 1986'da yurt dışından Roma'ya gelen ziyaretçilerin karşılaştırıldığı bir çalışmada Hurley (1988), Amerikalıların ziyaretlerinde %59'luk bir düşüş olduğunu tespit etmiştir. Çalışmada, Amerikalıların Avrupa ülkelerini ziyaret konusunda "kararsız" olduğu sonucuna varılmış ve Avrupalı otel işletmecilerinin pazarlama stratejilerini Avrupa ve Asyalı turistlere göre belirlemeleri gerektiğini belirtilmiştir. Amerikalıların kararsız olarak tanımlanması, geçmişteki terör eylemlerinin büyük bir bölümünün Birleşik Devletler vatandaşlarını hedef aldığı düşünüldüğünde adil bir tanımlama değildir. Terörün 18 Avrupa ülkesinin turizm gelirleri üzerindeki etkilerini inceleyen başka bir çalışmada ise, gelirlerin turistlerin geldiği ülkelere göre değişiklik gösterdiğini sonucu ortaya çıkarılmıştır (Tremblay 1989). Çalışma, Avrupalı turistlerden gelen turizm gelirleri üzerinde terörizmin fazla etkisinin olmadığına yönelik ortaya çıkarılan bulgular, Avrupalı turistlerin Avrupa'daki siyasi olaylarla alakalı daha iyi bilgilendirilmiş olabilecekleri ve terör olasılığının yüksek veya düşük oluşuna göre tatil yerlerini ve zamanlamalarını ayarlayabilecekleri gerçeğine bağlamıştır. Tremblay (1989), Kuzey Amerika'dan gelen turistlerden elde edilen gelirlerdeki düşüşün, genellikle terörizm şiddetinin daha çok kurbanı olmaları ve terör eylemlerinin basındaki yansımalarına daha çok maruz kalmaları sebebiyle olabileceğini belirtmiştir. Tremblay'in siyasi olaylarla ilgili daha

iyi bilgilendirilen turistlerin daha yumuşak tepkiler verdiği görüşünü tekrar eden Wall (1996), Kuzey İrlanda'ya giden ziyaretçilerin, terör eylemlerinin altında yatan sebepleri bildikleri için kendilerini bu eylemler karşısında fazla tehdit altında hissetmediklerini söylemektedir. Ziyaretçilerin sayıları ve memleketleri, ziyaret edilen ülkenin turizm gelirleri ve seyahat sebepleri açısından Kuzey İrlanda ve İrlanda Cumhuriyeti'ni karşılaştıran Wall (1996), genellikle akraba ve arkadaş ziyaretleri amacıyla seyahat edildiği için Kuzey İrlanda'nın, İrlanda Cumhuriyeti'ne göre daha az ziyaretçi aldığı ve bu ziyaretçilerin daha az para harcadığını görmüştür. Muhtemelen bu kişilerin sağladığı güvenlik ağı sayesinde bu sebeplerin, terörizm riskiyle alakalı endişelerin üstesinden gelmesi mümkündür.

Yukarıda belirtilen çalışmaların her biri yapbozun bir parçasını oluşturdukları için önemlidir. Bireylerin, tehdit altında olduklarını hissettikleri zaman yaşadıkları bilişsel ve duygusal süreçleri anlamak önemlidir. Seyahatler, özellikle dinlenme amaçlı olanlar, keyifli tecrübeler içermelidir. Korku veren unsurların bu denkleme girdikleri zaman, yeni tecrübelerin eğlenceli kısımları yerini korkuya bırakacaktır. Özellikle ikincil veriler kullanan araştırmalar, bu meseleleri sınırlı miktarda aydınlatabilirler. Korku ve güvenlik ihtiyacı gibi kökleri derinlere inen duyguların test edilmesi, imkânsız olmasa da oldukça zordur. İnsanların davranış biçimlerini anlamak için daha yaratıcı ve niteliksel metotlara ihtiyaç vardır. Yine de günümüze kadar yapılan çalışmalar, fazlasıyla ihtiyaç duyulan gelecek araştırmalar için bir başlangıç noktası teşkil etmektedirler.

Siyasi İstikrarsızlık ve Savaş

Şartlar büyük ölçüde değişiklik gösterse de turizm; Filipinler, Tibet ve Gambiya'da siyasi bir araç olarak ortaya çıkmıştır (Tablo 1). Filipinler'deki durumun detaylı analizinden faydalanan Richter, eğer iyi bir şekilde kullanılırsa turizmin oldukça güçlü bir araç olabileceğini iddia etmektedir. Richter bu iddiasını, Filipinler'de günlük yayınlanan üç büyük gazetenin dört aylık içeriklerinin incelenmesi ile elde edilen verilerle desteklemektedir. Başkan Marcos'un 1972'de, siyasi

karşıtlarını feshetmek amacıyla sıkıyönetim ilan etmesiyle, “yenilenmiş ve temizlenmiş bir sosyal düzen” sözü veren Yeni Toplum [New Society] kurulmuştur (Richter 1980). Marcos, sıkıyönetimin anti demokratik doğasına karşı verilen uluslararası olumsuz tepkileri başarılı bir şekilde yönetmiş ve ülkenin ekonomik gücünün uğrayabileceği zararları önleyebilmiştir. Birtakım zekice stratejiler aracılığıyla Marcos, ülkenin siyasi imajını onarmak için turizmi etkili bir biçimde kullanmıştır. Sıkıyönetimden önce Filipinler, “sözde yıkım ve şiddet ile çalkalanmakta” iken sıkıyönetimin ilanından sonra ülke, turizmin öncelikli sektör olduğu ve güvenli bir tatil bölgesi olarak lanse edilmeye başlanmıştır (Richter 1980). Turizm ile yapılan olumlu tanıtım akıllara barış ve güvenliği getirmesi dolayısıyla Yeni Topluluk, ülkeyi güvenli bir hale getirdiği için güven kazanmıştır. Richter, ülkenin olumlu imajının turizm gelirlerinden ziyade hükümet için fayda sağladığına dikkat çekmektedir. Turizmin gelişmesini gerek yurt içi gerek yurt dışında bir araç olarak kullanan Filipinler hükümeti, bu sayede itibar da kazanmıştır. Aslında, 1971’de 144.321 olan turist sayısı, 1978’de 859.396’ya yükselmiştir. Bir hükümet yetkilisi, “Filipin Tarzı Sıkıyönetim”i bir turist çekme aracı olarak ilan edecek kadar ileri gitmiştir (Richter 1980).

Turizm Tibet’te de siyasi ve farklı bir araç olarak kullanılmıştır. Mart 1989’da Lhasa’da sıkıyönetim ilan edilmesi, 1987’de başlayan milliyetçi huzursuzlukları noktalamıştır. Tibet’te oldukça yeni olan turizm sektörü, sıkıyönetim sonucu ciddi bir darbeye sarsılmış olsa da milliyetçi huzursuzluğun en dikkat çekici etkisi, Tibet halkının mesajlarını dünyaya duyurmak için insan hakları hakkında bilgi toplayan gizli bir turist ağının oluşmasıdır. Katılımcı-gözlemci olarak bilgi topladığı Lhasa’da sekiz ay geçiren Schwartz, turistlerin doğasındaki değişime dair “içerden” büyüleyici ve bilgilendirici açıklamalar sunmaktadır. Schwartz bu durumu “turistin rolünün siyasallaştırılması” olarak adlandırmaktadır (Schwartz 1991). Milliyetçi huzursuzluklar sırasında gazetecilerin ülkeye girmesine izin verilmezken Tibet’teki kaos ile ilgili tek bilgi kaynağı turistler olmuştur. Turistler, sivillerin polis tarafından vuruldukları ve öldürüldükleri olaylara

şahit olmuşlar ve bu olayları fotoğraflarla belgelemişlerdir. Bazı yabancılar fotoğraf çektikleri için tutuklanmış ve filmlerine, kameralarına ve pasaportlarına el konulmuştur. Schwartz’a (1991) göre;

... polislin meydanda, polis karakolunun önünde ateş açtığı sırada turistlerin de Tibetlilerle birlikte olması, Tibetliler ile turistler arasındaki ilişkiyi fazlasıyla değiştirdi... yabancılar artık sadece gezginler değillerdi... aynı zamanda “Çin acımasızlığının” yabancı şahitleri ve potansiyel siyasi müttefikleriydiler.

Bu olaylar açıkça göstermektedir ki turizm, başka bir ülkedeki olaylara şahit olma fırsatı sağlamanın yanı sıra hapsedilen ve kötü davranılanlar adına bilgi toplama ve siyasi olayların yayılımı gibi politik bir araç olarak da kullanılabilir. Turizm yine başka bir ülkede daha siyasi bir araç olarak kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Sharpley ve Sharpley (1995), askeri darbenin Gambiya’nın turizm sektörü üzerindeki etkilerini incelemişler ve turizm ‘üreten’ hükümetlerinin, turizm danışmanlarını kullanarak, turizm sektörüne bağımlı olan ülkelere karşı, siyasi güçlere sahip olmak amacıyla turist akışını etkileyebileceklerini ileri sürmüşlerdir. İddialarını desteklemek için Birleşik Devletlerin Küba ve Çin’e karşı uyguladığı seyahat yasakları ile 1980 Moskova Olimpiyatları’na karşı uyguladığı boykotu örnek göstermişlerdir. Siyasi anlamda istikrarlı bir Batı Afrika ülkesi olan (1965-94 arasında) ve kansız bir askeri darbe gören Gambiya örneğinde İngiliz Seyahat Öneri Birimi (FCO), Gambiya karşıtı birtakım sert seyahat uyarılarında bulunmuştur. Ülkenin ekonomik ve sosyal şartları, bir domino etkisiyle, hızla kötüye gitmeye başlamıştır: İngiliz ve İskandinav tur operatörleri bu ülkedeki faaliyetlerini durdurmuş, ülkeye yapılan ziyaretlerde düşüş yaşanmış, oteller kapanmış ve turizmle alakalı iş kolları yok olmuştur. Gambia Hükümetine göre, İngiltere Dış İşleri Bakanlığının seyahat önerisi “...Ordu rejimi üzerinde baskı yapmayı amaçlayan siyasi karar...”, aslında “...Resmi olmayan bir ticaret ambargosu” olarak belirtilmiştir (Sharpley ve Sharpley 1995). Bu örnek ve ABD Dışişleri Bakanı Henry Kissinger’ın Zimbabwe’ye yaptığı 1976 ziyareti sonrasında(1965-1990 yılları arasında süren 15

yıllık özgürlük savaşı esnasında) ABD Dışişleri Bakanlığı tarafından Zimbabve'ye karşı bildirilen seyahat tavsiyesi arasında bir paralellik elde edilmektedir. Seyahat tavsiyesinde "... Çözülme-yen durumlar, artan şiddetin potansiyeli, korumaya ya da yardım sağlayacak yerel hükümetin yetersizliği..." gibi durumlardan bahsedilmiştir (Teye 1986). Tavsiye, Zambiya'nın komşuları için tasarlanmamış olduğu görünmesine rağmen, savaşın Zambiya'nın turizmi üzerindeki olumsuz etkilerini arttırdığı aşikârdır.

Bu tür düşüncesizce yapılmış ve zarar verici seyahat tavsiyelerini önlemek için, Sharpley ve Sharpley (1995) apolitik, kesin ve tarafsız bir davranış içerisinde turistik bilgiyi toplamak, güncellemek ve yaymak için uluslararası bağımsız bir organizasyonun kurulmasını önermişlerdir. Bazı yazarlar kendi vatandaşlarını siyasi ya da çevresel olaylara karşı korumak için seçtikleri ülkelere karşı seyahat tavsiyesi yayınlamalarını her hükümetin öncelik hakkı olduklarını tartışmaktadır. Öte yandan, önerilen organizasyonun (muhtemelen Dünya Turizm Örgütü bünyesinde bir ajans barındırılması) kurulması, turizmin istismarını ve bazı ülkeler tarafından başkalarına karşı siyasi bir silah olarak kullanılmasını önleyebilir bir etkiye sahiptir. Alanyazın, hükümetlerin turizm yoluyla siyasi baskı uygulayabildiğini ve uygulayabileceğini ve turizmi olumlu bir imaj iletmek için tanıtım aracı olarak veya başkalarına karşı yaptırım uygulamak için kullandığını göstermektedir. Ev sahibi ve misafire trajik deneyimleri paylaşma imkânının sağlandığı Tibet örneğinde, ziyaretçilerin istek ve yetenekleri sonucunda karşılıklı güvenle Tibetlilere yardım etmelerini sağlamıştır. Turizmin siyasi gücü belirgindir, ancak olumlu ya da tehlikeli olup olmadığına bu siyasi gücü kontrol edenler karar verebilir.

Barışın, sükûnetin ve emniyetin herhangi bir bölgeye turist çekmek için gerekli olduğu inkâr edilemez bir gerçektir. Siyasi istikrar olmadan, bir ülkenin turizm endüstrisinin gelişmesi bir anlam teşkil etmeyecektir (Teye 1988). Eğer kamunun dikkati bir ülkenin siyasi meselelerine kısa veya uzun vadede yönelmişse, bu o ülkenin turizm endüstrisinin zarar göreceği anlamına gelmektedir. Siyasi problemlere değinen Scott

(1988), uzun vadeli hasar potansiyelini etkili bir biçimde şöyle vurgulamaktadır: "...Doğal bir felaket dehşet yaratır ve geçer, siyasi kriz günler, aylar hatta yıllarca sürebilir", ve bu durum gelişmekte olan bir turizm endüstrisi için kırılğan imajı tamamen yok edecektir. Bu ifade, özellikle dünya medyasında yer alan olaylar ve Çin'in 1989 yılında Tiananmen Meydanı olayında yapılan gösteri için geçerlidir. Tüm dünya, güncel haberler sayesinde, demokrasi yanlısı öğrenci protestolarına karşı hükümetin vahşiliğine tanık olmuştur. Çin'in olumsuz imajı otellerin doluluk oranlarının düşmesine ve turizm gelirinin kaybına neden olmuştur. Çin'in uluslararası ziyaretçileri çekme çabaları birkaç yıl kesintisiz durmuştur. 1991 yılında yabancı ziyarette %55, 1992'de %48 oranında bir artış kaydedilmiş olmasına rağmen, olay hafızalarda ciddi derecede yer edinmiştir (Hall ve O'Sullivan 1996) çünkü televizyonlara görüntü ve resimler kısa süreliğine yansımış olsa da, bıraktığı etkiler çok güçlü olmuştur.

Tüm bunların yanı sıra imaj kavramını incelediğimiz takdirde de bu kavram zamansal ve mekânsal sınırların ötesine uzanıyor gibi görünmektedir. Daha önce terörizm kavramına atıfta bulunulan "genelleme etkisi" (Enders vd. 1992) siyasi sorunlar ve savaş için de geçerli bir kavramdır. 1991 Körfez Savaşı ve 1991-96 Bosna-Hersek Savaşı belirli coğrafi alanlarla sınırlı kalmıştır. Yine de bu savaşlar bu ülkelerin tüm bölgeleri için siyasi huzursuzluğu sembolize etmiştir. Basra Körfezi Savaşı sırasında Mısır, İsrail, Ürdün, Türkiye ve Birleşik Arap Emirlikleri eşit derecede etkilenmese de turist gelirlerinde belirgin bir düşüş yaşanmıştır (Hollier 1991; WTO 1991). ABD turizm endüstrisi, ticarete ve turizmde hem içe hem dışa yönelik ciddi sorunlarla karşılaşmıştır (US House of Representatives 1991; WTO, 1991). Ortadoğu'da vuku bulan terörizm ve siyasi kargaşa tehdidi, ilgili terörizm beklentileri ve tehditleri nedeniyle Çölde Fırtına Operasyonu (Operation Desert Storm) sırasında uluslararası seyahat akışlarının büyük çapta yeniden düzenlenmesini gerektirmiştir (Hollier, 1991; Abu Fadil 1992).

Balkanlar'daki (Slovenya, Hırvatistan, Bosna-Hersek) savaş, Yugoslavya'nın turizm faaliyetleri

ni hızlı bir biçimde durdurmuştur. Yugoslav ordusu Haziran 1991'de Slovenya'ya saldırdığında (Slovenya'daki savaş, 1991'de Hırvatistan'a ve 1992'de Bosna-Hersek'e sızmadan önce on gün sürmesine rağmen), Yugoslavya'daki belli başlı tur operatörleri, Mihalic'in (1996) çalışmasına göre bir milyonun üzerinde rezervasyon kaybı yaşamıştır. İki yıllık bir dönemin sonrasında bile Slovenyalıların turizm rakamları savaş öncesi rakamların çok gerisinde kalmıştır. Yazar bunu çeşitli faktörlere bağlamaktadır: Slovenya'nın Slavonya'yla (Hırvatistan'daki bölge) olan toplumsal karışıklığı; Slovenya ya da ülkenin siyasi durumuna ilişkin bilgi eksikliği ve Slovenya'nın Yugoslavya'daki sürmekte olan savaşa olan yakınlığı gibi faktörleri ile açıklamaktadır. Görüldüğü üzere, Slovenya'nın Balkan savaşından geri dönüşü Çin'in turizme geri dönüşünden çok daha yavaş olmuştur. Hiç kuşkusuz, Boşnaklara yapılan zulmün görüntüleri insanların kolektif hafızlarında derin bir etki bırakmıştır. Slovenya herhangi bir barışçıl ülke gibi güvenli ve huzurlu bir ülke gibi algılanıyor olabilir; fakat komşularıyla ilişkilendirilen imajı savaş bittikten çok sonra bile etkisini yitirmemiştir.

Zimbabve'de meydana gelen savaş Zambiya'nın turizm endüstrisi üzerinde ciddi derecede etkili olmuştur. Zimbabve'nin 1965 Tek Taraflı Bağımsızlık Bildirgesinin etkilerini inceleyen Teye, Zambiya'nın turizm sektörünü zayıflatmak için Zimbabve'de silahlı çatışma çıkardığını ortaya koymuştur. Ayrıca, bu zayıflatmanın nedeni bir takım hasar verici faktörlere dayandırılmıştır. Bunlar; turistlere ateş etme ve çocuk kaçırma eylemleri, olumsuz tanıtım, yüksek düzeyde suç algılamaları, turizm alt yapısının sistematik olarak hedeflenmesi, turistik faaliyetlerin kısıtlanması, şafak vakti gerçekleşen sokağa çıkma yasağı nedeniyle gece hayatının yok olması, turistlerin ana giriş ve çıkış noktalarına uygulanan elektrik kesintileri, askeri barikatlar, bazı alanların gerilla grupları tarafından işgal edilmesi ve fotoğraf çekimine ilişkin yasaklar gibi faktörlerdir (Teye 1986). Zambiya'ya komşu olan bölgelerde turist sayıları önemli ölçüde düşmüş ve bu da yer hizmetleri operatörlerinin turizm hizmetlerini geri çekmesine neden olmuştur. Çatışma yalnızca Zambiya'nın turizm endüstrisine

zarar vermekle kalmayıp aynı zamanda turistlerin çatışma bölgelerinde korunması gibi organizasyonel ve yönetsel problemleri de ortaya çıkarmıştır (Teye 1986).

Teye'nin (1986) yaptığı araştırma, risklerin gerçek ya da abartılı olduğuna bakılmaksızın, siyasi çatışmanın etkisinin çevresine yansıdığını ve bu dalğanın etkisinin çok uzun süre turizmin farklı alanlarına yayıldığını açık bir şekilde göstermiştir. Teye'nin (1986) ihtilalcilerin genel olarak Afrika'nın turizm gelişimine ve özellikle de Gana'ya olan etkilerinin incelendiği çalışmasında, seyahat acenteleri potansiyel turistlere bölge önerisini durdurduğu, uluslararası turizm faaliyetlerini engellemek amacıyla sınırların kapatıldığı ve turizm hizmetlerinin askıya alındığı veya iptal edildiği zaman turizm faaliyetlerinin kısa bir süre durduğu sonucuna varmıştır. Teye (1986) ayrıca, bir ülkenin imajının hasar görmesi ve yabancı yatırımcıların siyasi karışıklık yaşayan ülkedeki çıkarlarını kaybettiğinde, genel turizm gelişiminin uzun vadede zarar göreceğini savunmaktadır. Çeşitli siyasi sorunların turizme bölge imajı zarar görmesi, ziyaretçilerin gelmemesi, gelirlerin düşmesi ve kalkınma planlarının rafa kalkması gibi benzer etkileri olduğu görülmektedir.

Pitts (1996) tarafından gerçekleştirilen ilginç bir çalışmada ise, turizm kalitesinin bukalemun gibi değişkenlik gösterdiğine dikkat çekilmektedir. Pitts 1994 yılında gerçekleşen silahlı isyanın Meksika hükümetine karşı etkileri hususunda pek çok turizm ögesini inceledikten sonra, yerel ve uluslararası seyahatlerde ciddi derecede düşüşler kaydedildiğini belirtmiştir. Çalışmada Pitts'in "çatışma veya savaş turistleri" olarak nitelendirdiği San Cristobal'da yeni bir turist türü ortaya çıkarılmıştır. Bu turistlerin, eylemin bir parçası olmak ve eylemin ne olduğunu görmekle ilgilendiğini belirtmiştir. Ayrıca, Chiapas'ı bir etnik turizm ürününden, çatışma ve "siyasi şiddet heyecanı" sunan bir deneyime dönüştürdükleri ortaya çıkarılmıştır. Çalışmada ikinci bir turist grubu ise gazeteci, araştırmacı ve insan hakları savunucusu şekliyle ortaya çıkartılmıştır. Pitts (1996) birçok gezginin Meksika ordusundan ve onların bulunduğu noktalardan Zapatista dire-

nişçilerinden daha fazla korktuğunu belirterek turist algılarında ilginç bir değişiklik yaşandığının altını çizmiştir. Muhtemelen bir turistik bölgenin sosyal, kültürel ve çevresel özellikleri turizmin etkilendiği siyasi çatışma türünden (askeri darbe, silahlı isyan ve bölgesel savaş gibi) daha güçlüdür. Bu tür ayrımlar, çözüm üretecek etkilerin derlenmesini zorlaştırmaktadır. Her bölge olumsuz imajın, azalan turizmin ve kaybedilen gelirin üstesinden gelmek için farklı zorluklarla karşılaşmaktadır. Bir ülkenin çözümleri başka bir ülke için geçerli olmayabilir; ama siyasi sorunlar veya terör tarafından harekete geçirilen turizm krizlerinden kurtulma stratejilerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Savaş ve turizm ilişkisinin çok boyutluluğu ancak dikkatli bir değerlendirmeden sonra ortaya çıkmaktadır. İlişkinin genişliği, Diller ve Scofidio tarafından hayal gücüne dayanarak şöyle aktarılmıştır:

“Turizm ve savaş, kutupsal aşırılıklar olarak görülüyor. Bir taraftan uluslararası anlaşmanın paradigması, diğer taraftan anlaşmazlıklar. Bununla beraber iki kavram; savaşın turizmi, turizm savaşı, savaş olarak turizm, savaşı hedef alan turizm, savaş halindeki turizm gibi ilginç noktalardan en az birkaçında kesişir (Smith, 1996. 249'dan alıntılandı).”

Yukarıdaki bağlantılardan birkaçından (örneğin, savaş halindeki turizm, savaş turizmi, turizm gibi savaş) söz etmek gerekmektedir. İlk ve en görünür olanı, savaşın turizm talebi üzerinde (savaş halindeki turizm) olumsuz bir etken olduğu ve turistleri daha güvenli bölgelere yönelmeye ittiğidir (Richter, 1980; Teye 1986, 1988; Mansfeld, 1995; Bar-On 1996; Mihalic, 1996; Hall ve O'Sullivan 1996). Bu, ülkenin konumuna bağlı olarak olumlu ya da olumsuz olarak değişebilmektedir çünkü daha güvenli olan ülkeler (düşmanlıklara karışmayan veya daha az müdahale eden) daha tehlikeli yerler tarafından kaybedilen ziyaretçileri kazanabilirler (Mansfeld 1995). Savaş turizmi ilişkisinin ikinci bir boyutu, çatışmanın (savaş turizmi) çekiciliğine kapılan yeni bir turist türünün ortaya çıkmasıdır (Wahab 1995; Mihalic 1996; Pitts 1996). Örneğin, bazı turistler, savaşın Hırvatistan ve Bosna'daki sonuçlarını veya neticelerini görmek isterken (Wahab 1995;

Mihalic 1996;) diğerleri ise Meksika'da ki silahlı isyana tanık olmak istemektedir (Pitts 1996). Wahab (1995), bu durumu savaş gözlemcilerini heyecan arayışında olan risk alıcılar olarak tanımlamaktadır. Savaş halinde olan bir bölgeye giden diğer savaş turistleri ise medyanın, insan hakları savunucularının ve mültecilerin (savaş turistleri) üyeleridir (Pitts 1996).

İlişkinin üçüncü bir boyutu ise, savaş anılarının duygusal bir turizm cazibesine (turizm olarak savaş) dönüşümüdür. Smith (1996) turizm ile savaş arasındaki ilginç bağlantıyı karşılaştırarak ikisini “temel ve kapsamlı grup değerleri, yaptırımları, inançları ve davranışlarının ayrılmaz bir parçası olan “sosyal süreçler” olarak ifade etmektedir.

Savaşın, turizmi savaş hali ile ilişkilendiren yer ve olaylara özel bir anlam ve anı yüklediğini belirten Smith (1996) “ölüm ve yıkımın faziletine rağmen, savaşta hatırlanmaya değer olan eşyalar ve benzer ürünler (George Washington'un yattığı evler gibi) muhtemelen dünyada en çok ziyaretçi çekenler kategorisini oluşturmaktadır” fikrini ortaya çıkarmıştır. Örnek vermek gerekirse; savaş alanları (ör. İç savaş, İkinci Dünya Savaşı); Mezarlıklar (ör., Arlington); Askerler için anıt/anıtlar (ör. Vietnam Anıtı); Düşen ateşler, madalyalar müzeleri, tarihi yeniden canlandıran ve askeri müzeler. Mihalic (1996) bir savaş sona erdiğinde “bölgede tarihsel belleğin bir parçası olur ve bu bellek turistik çekicilik haline gelir” diye belirtmiştir ve Vietnam'ın bir turizm merkezi olarak ön plana çıkması bu açıklamayı destekler nitelikte olmuştur. Benzer şekilde, savaş ünlü turistik yerleri yok ettiğinde (örneğin, eski Yugoslavya'nın ünlü bir yer olan Dubrovnik'in tahrip edilmesi), medyanın dikkati ve turistlerin ilgisi o bölgeye yoğunlaştırmak gibi bir eğilimi vardır.

Bir ülkede savaş, siyasi huzursuzluk, terörizm ya da ağır suçlar yaşanır, o ülkenin turizm endüstrisi ağır bir kayba maruz kalır. Normal şartlarda güvenlik tehdit edildiği zaman, güvenilir bölgeler bile zarar görmekten kaçınmaz (Richter, 1980). Düzensiz politika veya etnik ya da sosyoekonomik sıkıntıların olduğu yerlerde, turizmin güçlü ve başarılı bir şekilde gelişmesinden söz dahi edilemez; Kargaşa halinde olan ülkelere

yakın olan ülkelerde bile aynı durumun yaşana-
cağı söylenebilmektedir (Richter 1980; Teye 1986,
1988; Bar-On 1996; Hall ve O'Sullivan 1996).

Medyanın Rolü, Bölge İmajı ve Kriz Yönetimi

Geniş çaplı siyasi tehditlere rağmen, yakın za-
mandaki uluslararası turizmin geçmişi bu olgu-
nun kalıcı bir insan faaliyeti olacağını belirtil-
mektedir. Siyasi çatışmaların ve terörizmin aynı
seviyede süreceğine yönelik yeterli sebep bulu-
namadığı için, ilişkileri yönetmek adına çeşitli
stratejilerin geliştirilmesi önem teşkil etmektedir.
Endüstri üzerindeki şiddet ve siyasi bozulmanın
etkileri kriz olarak değerlendirilmedi. Açıkça
görülmemektedir ki, turizm geleneksel pazarlama
ilkelerini kullanmada oldukça başarılı bir sek-
tördür. Ancak, sektör olumsuzluklardan dolayı
ciddi bir gerileme yaşamaya maruz kalırsa, artık
geleneksel pazarlama çalışmaları işlevini kaybe-
decektir. Sektör, kriz yönetimi faaliyetleriyle ta-
mamen bütünleşmiş "pazarı iyileştirme" ya da
"yeni pazarlama" faaliyetlerini iyi bir şekilde
yürütmelidir. Bu makalede atıfta bulunulan des-
tinasyon imajı, şiddetten ilk etkilenen olması ne-
deniyle turizmin kriz yönetimi ve piyasanın can-
lanmasını en çok gerektiren kısmıdır.

İmaj, "basitleştirilmiş gösterimler" (Mayo
1973), "bir varlığın diğerlerinin zihninde yap-
tığı toplam izlenim" (Dichter 1985) ve "insanla-
rın ellerinde bulunduğu nesnelere, davranışlar
ve olaylara yönelik sahip olduğu inanç, izlenim,
fikir ve algıların toplamı" olarak tanımlanmak-
tadır (Crompton 1979). İmajın organik (gerçek
deneyim veya ziyaret sonucunda dahil olunarak
oluşturulan) ve yapay (reklamlar, tanıtım, haber-
ler ya da tanıdıkların tavsiyeleri gibi harici ola-
rak alınan ve işlenen bilgidan oluşturulan) olmak
üzere iki düzeyde geliştiği vurgulanmaktadır
(Gunn 1972; Gartner 1989). Terörizmin ya da si-
yasi karışıklıkların medyada ele alınması, kişile-
rin bölgeye olan yapay imajını şekillendirme po-
tansiyeline sahiptir. Medyanın önceden var olan
tutumları değiştirme gücü kısmen incelenmiştir.
Ancak Weimann ve Winn (1994), medyanın tam
olarak oluşmamış tutumları etkileme becerisi ol-
duğunu şu şekilde savunmaktadırlar:

*Terör olaylarının özellikle medyada yer alması, güç-
lü bir potansiyel etkiye sahiptir çünkü medya herhangi
bir konuda kitlelerin sıklıkla başvurduğu tek kaynak-
tır. Medya sadece sıklıkla başvurulan eşsiz bir bilgi
kaynağı değil aynı zamanda benzersiz bir yorum kay-
nağı olarak da görülebilir. Özellikle, halk teröristlerin
güdülerini, eylemlerinin sonuçlarını ve durumun tem-
mel özelliğini anlamak için medya beyanlarına muaz-
zam bir güven duyma eğiliminde olmaktadır.*

Bu açıklama, teröristlere ve teröristlerin amaç-
larına yönelik tutumlarına değinmektedir ancak
halkın çok fazla bilgi sahibi olmadığı bölge ima-
jına da uygulanabilir. Medyada yer alan olum-
suzluklar kişilerin destinasyona yönelik tutum
oluşumunu oldukça kolay bir şekilde etkile-
mektedir. Turistik deneyimin somut doğası ne-
deniyle, bölgeler olumlu imajlara büyük ölçüde
bel bağlamaktadır. Sonuçta, imaj turizm pazar-
lamasında ve seyahat yeri seçiminde önemli bir
faktördür (Chon 1991; Echtner ve Ritchie, 1991;
Gartner, 1993; Bramwell ve Rawding 1996; Dann,
1996). Karar verme süreci boyunca, potansiyel
turistler bölgeleri algılanan maliyetler ve sağla-
dığı faydalara göre karşılaştırmaktadırlar (Van
Raaij ve Francken, 1984; Woodside ve Lysonski,
1989; Enders ve Sandler, 1991; Crompton 1992;
Enders, Sandler ve Parise 1992). Bazı alternatif
bölgeler terör tehdidi veya siyasi kargaşa imajı-
yla medyada yer alırsa maliyetler ya da algılanan
risk sonucunda potansiyel ziyaretçiler tarafından
elenebilmektedir. İyi pazarlanmış olsa bile imajın
önemi, terörizm ya da politik kargaşanın bölge
imajı üzerindeki etkisi (Witt ve Moore, 1992) ve
kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkisi (Ehemann,
1977; Butler 1990) yeteri kadar araştırılmamıştır.

Sivil kargaşa ve terörizm üzerinden yaratılan
olumsuz imaj üzerine yapılan bir çalışmada Witt
ve Moore (1992), Kuzey İrlanda'nın olumsuz dış
imajına daha ağır basan belli olayların yeterli tu-
ristik ilgi yaratıp yaratmadığını araştırmışlardır.
Araştırmacılar bir bölgenin terörizmden kaynak-
lanan olumsuz izleniminin üstesinden gelmek
için daha fazla dikkatin gerekliliğini ifade et-
mişlerdir. Ancak, olumsuz imajların üstesinden
gelmek için çözümler üretmek yerine, ziyaretleri
arttırma stratejilerini önermektedirler (diğer bir
deyişle dikkatin başka yöne aktarılması için ye-

ni turizm ürünleri geliştirmek). Belirli olayların tek başına sahnelenmesinin yeterli olmayacağı, aynı zamanda bu çabaların önemli tanıtımlarla desteklenmesi gerektiği ayrıca belirtmişlerdir. Butler (1990), imaj oluşumu üzerinde üç medya türünün (sözlü, yazılı, görsel) etkisini tarihsel bir perspektiften tartışmaktadır; ancak kitle iletişim araçlarının bölge imajı üzerindeki etkilerini incelemektedir. Daha önce yapılan bir çalışmada, İrlanda Cumhuriyeti'ndeki basılı medyada yer alan olaylar kelime kullanımı bakımından incelenmiştir (Ehemann 1977). Yazar, Brookfield'ın (1969) bireylerin edindiği bilgi türü ile algılanan çevre sınıflandırmasına yani Günlük deneyim (net ve doğru); Gölge bölgesi (bireyin o anki alanının ötesinde bulunan az rastlanan veya ikincil deneyim); ve dış alan (ikincil bilgi kaynaklarına bağlı) atıfta bulunmaktadır. Buna göre, bir bölgenin medyada olumsuz bir şekilde yer alması, potansiyel gezginler tarafından algılanan çevrenin dış alanına da etki edebilmektedir. Ethemann (1977) bir bölgeye ilişkin değer yargısı taşıyan ve bu bölgenin olumsuz değerlendirilmesinde payı olan basılı medya aracılığıyla kullanılan (örneğin, İrlanda çok çalkantılı bir ülkedir gibi) değer yüklü ifadelerle karşı çıkmaktadır. Ehemann'ın (1977) "davranışlar algılanmış dünyaya yöneliktir, ancak bu davranışlar çarpıtılmış olabilir" ifadesi, iletişim araçlarının kamusal algı üzerindeki gücü ve algıların birçok birey için gerçekliği temsil ettiği gerçeğini ima etmektedir. 28 milyon Amerikalı yurtdışına çıkması ve 162'sinin terör eylemlerinde öldürülmüş ya da yaralanmış olması bu durumu örnekler niteliktedir. Bu durum ayrıca terörizmden zarar görme olasılığının % 0,00057' den daha az olası bir ihtimal olduğuna işaret etmektedir. Olasılığın düşük olmasına rağmen, 1,8 milyon Amerikalı 1986'da önceki yıl gerçekleşen deniz aşırı seyahat miktarının yaklaşık %6,43'üne eşit olan terör olayları nedeniyle yurtdışında gerçekleştirmek istedikleri seyahat planlarını değiştirmişlerdir.

Kitle iletişim araçları ile teröristler arasındaki karşılıklı dayanışmanın incelendiği çalışmada, Weimann ve Winn (1994) kitle iletişim araçlarının halkın algılamaları üzerinde etkisi olduğunu vurgulamaktadırlar. Terörle ilgili üç ayrı veri setinin kapsamlı analizinin incelendiği çalışmada

(1968 ve 1986 yılları arasında RAND Corporation tarafından geliştirilen terör olaylarının kronolojisi; ABC, CBS ve NBC televizyon şebekelerinin Vanderbilt Arşivlerinden haberleri; Birleşik Devletler, Kanada, Fransa, Almanya, İsrail, Mısır ve Pakistan'ın dokuz uluslararası gazetesinin terörle ilgili içerikleri) Weimann ve Winn, teröristler ve gazeteciler arasında simbiyotik bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. "The Theater of Terror: Mass Media and International Terrorism (1994)" adlı çalışmalarında terörizmin hem sembolik bir olay hem de medyanın dikkatini çekmek için sahnelenen bir eylem olduğunu belirtmektedirler. Karber'in (1971) iletişim aracı olarak terörizm tanımı Weimann ve Winn (1994)' in sahte olaylar olarak terörizm tanımına yeni bir anlam kazandırmaktadır. Yayın araçları (özellikle televizyon), terör olaylarının dikkat çeken eylemleri için mükemmel bir sahne sağlamaktadır. Farklı nedenlere rağmen garip bir şekilde, medya ve teröristler izleyici ile iletişim kurmak için birbirlerine yardım etmek üzere bir araya gelmektedirler; Medya daha yüksek reytingler elde ederken teröristler tanınma hedeflerine ulaşmaktadır. Frederick Hacker (1994) (davranışsal uzman ve Avusturyalı-Amerikalı psikiyatrist) bu ilişkiyi "Kitle iletişim araçları isteyerek ya da istemeyerek teröristlerin savunucusu, terörün verdiği mesajlarının aktarıcısı, bütün önemi, heyecanı ve dramasıyla terör eylemlerinin izleyiciye iletilmesini sağlayan bir aracı olmuştur" diyerek kısaca açıklamıştır. Ayrıca, Frederick Hacker bu yolla bu tür grupların Medya gündemini günler veya haftalar boyunca meşgul ederek görünürlüklerini artırmayı ve mesajlarını daha detaylı biçimde yaymayı; nispi ahlaki meşruiyetlerini arttırmayı ve örgütsel etkinliklerini geliştirmeyi umut edebileceklerini belirtmiştir.

Sadece medyanın ilgi alnına girmek, dikkat çekmek isteyen teröristler için tatmin edici bir durum olsa da, yine de tatmin düzeyleri medyada yer almaları sonucu edindikleri somut faydalara dayanmaktadır (diğer bir deyişle, halk tarafından tanınmalarının artması, rakip terörist gruplarına hâkim olmak, siyasi hedeflere yaklaşmak) (Federick Hacker 1994). Teröristlerin turizmi akamete uğratma nedenleri göz önünde bulundurulduğunda, turistleri hedef alan şiddet-

tin medyada yer alması terörist gruplarına son derece tatmin edici gelmektedir. Terörist-medya ilişkisinin karşılıklı ve bağımlı ama tuhaf doğasını incelemeye devam eden Weimann ve Winn, bir terör olayıyla ilgili medyayı ilgilendiren faktörleri tartışmaktadırlar. 13 koşulun (Galtung ve Ruge 1965) karşılandığında, olaylar televizyonda yayınlanmaktadır. Yerine getirilmesi gereken bazı koşullar; olayların sıklığı haber üretiminin sıklığı ile uyumlu olmalı (terör olaylarının yoğunluğu, kısa süreli ve hızlı olması doğal olarak yavaş yavaş ortaya çıkan olaylara tercih edilir); Terör olayı, bir olayın televizyonda yer alması için gerekli duygusal öneme sahip olmalı; eylemin kendisi açık, anlaşılır ve rapor edilmesi kolay olmalı; olay genellikle izleyicinin kültürel çerçevesinde anlamlı olmalı (özellikle yabancı turistler söz konusu olduğunda); olay dünyanın birçok ülkesiyle ilgili olmalı ve genellikle beklenmedik ve sürpriz bir unsuru bünyesinde barındırmalıdır. Bu koşullardan yola çıkarak, terör olayları medya yayın için ideal bir konu gibi görünmektedir; Medya, teröristlere kendi seslerini duyurabilecekleri nihai aracı vermektedir. Sinn Fein (IRA siyasi kanadı) başkanı Gerry Adams'ın yaptığı bir açıklama her şeyi açıkça ortaya koymaktadır:

Silahlı mücadele taktikleri çok önemli bir noktada durduğundan hayati öneme sahiptir. Bu olmadan İrlanda meselesi bir sorun bile olamaz. Böylece silahlı mücadele silahlı propaganda haline gelecektir (Weimann ve Winn 1994).

Medya ve teröristlerin karşılıklı olarak girmiş oldukları ilişkinin taraflar için sağladığı ortak faydaları aşikârdır. Ancak eksik görünen şey medya üyelerinin daha yüksek reytingler uğruna terör faaliyetlerinin hedeflerini karşılamak için almış oldukları kararlarındaki sosyal sorumluluktur. Medyanın terörizmi kendi kapsamına almasına ilişkin bir diğer ve daha kışkırtıcı açıklama Chomsky ve Hermann'a atfedilmektedir:

...Kitle iletişim araçları terörizme abartılmış bir ilgi göstermekte ve gerçekliğin bu şekilde çarpıtılması Birleşik Devletlerin halkın dikkatini asıl terörizmden başka yöne çekmek için kullandığı stratejiyi ve Amerika ve Üçüncü Dünya Müttefikleri tarafından uygulanan kasıtlı şiddeti yansıtmaktadır. (Weimann ve Winn 1994).

Batılı ülkelerinin dikkatleri devlet destekli terörizmden uzaklaştırmak için bazı terörizm türlerini (yani Batı karşıtı terör örgütleri tarafından) öne çıkardığı eleştirel görüşü gerçekten rahatsız edicidir. Nedenlerine bakılmaksızın, teröristlere tanınan süre ve özen, hem örgütlerine hem de medyaya açıkça fayda sağlamaktadır. Bu durumda kaybedenler genellikle toplum ve olumsuz imaja sahip olacak olan bölgelerdir.

Terörizmin sonuçlarından farklı biçimlerde korunabilmek mümkündür. Yalnız seyahat eden turistler bazı kaynaklar sayesinde güvenlik ipuçlarına erişebilirler. Popüler seyahat dergileri ve diğer çeşitli süreli yayınlar, terörizm, siyasi karışıklıklar ve sağlık sorunları ile ilgili önleyici veya uyarıcı tedbirlerin anlatıldığı yurtdışı seyahatlerin tehlikelerini açıklamaktadır. (Reeves 1987; The Economist 1986a, b, 1990; Norton 1991; Chandler 1991; Englander 1991; Fedarko 1993; Fletcher 1993; Hagerty 1993). Ayrıca, akademik dergilerde seyahat güvenliği konularına odaklanan makaleler de bulunmaktadır (Lehrman 1986; Ryan 1993; Skolnik 1991).

Bilginin ulaşılabilirliği ve uygulanabilirliği göz önünde bulundurulduğunda, turistler genellikle kendilerinden sorumludurlar; Bireyler kendi kararlarını vermeli ve buna göre hareket etmelidir. Risklere rağmen seyahat etmeye karar verenlere bazı koruyucu stratejiler önerilmektedir. D'Amore ve Anuza (1986), uluslararası turistler için kriz yönetimini ilk kez ileri süren araştırmacılar arasında yer almaktadır. Örneğin, bu kişilere zenginliklerini sergilemekten kaçınmaları, düşük bir profil çizmeleri, uzun iş gezileri boyunca günlük rutinlerini değiştirmeleri ve ekonomi sınıfında uçmaları önerilmektedir. Eğer gezinin potansiyel maliyetleri elde edilebilecek olan faydaları aşarsa, turistler evde kalmaya karar vermektedirler. Maalesef, terörizm ya da siyasi kargaşadan mustarip olan bölgeler için çözümler basit görünmemektedir. Özellikle ekonomik istikrarları turizme bağlıysa, bu konuyu, yönetilmesi gereken bir kriz gibi ele almaktan başka seçenekleri yoktur. Terörizm, turizm endüstrisi tarafından bir kriz olarak görülebiliyorsa, endüstri enerjisini ve ilgisini etkin bir şekilde yönetebilmelidir. Turizm için kriz yönetimi ihtiyacı

bu kadar açıkken, pek az çalışma bu konuyu ele almıştır (Sönmez vd. 1994, Wahab 1996; Waugh 1990). Açıklamak gerekirse, kriz "...Olumsuz bir tanıtım ve tam bir iyileşme gösterene kadar ve felaket öncesi döneme geçinceye kadar bir felaketin meydana gelmesinden sonra meydana gelen olay..." olarak tanımlanmakta olup; felaket "Ani yaşam kayıplarına, insanların acı çekmesine, kamu ve özel mülkün hasarına, ekonomik ve sosyal bozulmaya neden olan bir olay" olarak tanımlanmaktadır (Sönmez vd. 1994).Turizm krizi ise; Turizmle ilgili işletmelerin normal işeyişini ve yönetimini tehdit eden; Bir turistik bölgenin, bölgeye yönelik ziyaretçilerin algılarını olumsuz yönde etkilemek suretiyle güvenlik, çekicilik ve rahatlık konusunda genel itibarını zedeleyen ve dolayısıyla yerel seyahat ve turizm ekonomisinde bir düşüşe neden olan ve turistlerin gelişi ve harcamalarını azaltılarak yerel seyahat ve turizm endüstrisi için işletme faaliyetlerinin sürekliliğini durduran her türlü olay olarak tanımlanmıştır (Sonmez, vd. 1994).

Bu durumdan şu sonuç çıkarılabilir; turistik faaliyetleri tehdit eden kriz durumları genellikle kısa süreli felaketlerle (insan kaynaklı ya da doğal) başlamaktadır. Bundan dolayı, eğer bir bölgenin güvenlik imajı önemli ölçüde zarar görürse, bir tek terör olayı (bir felaket başlangıcı olarak görülür) ya da tekrarlanan saldırılar kriz durumu yaratabilir (ör: Mısır, Peru ve İspanya) (Wahab 1996). Bölge, sadece krizi yönetmekle kalmayıp, olumlu imajını yeniden kurarak zarar görmüş turizmi kurtarmak için yeni pazarlama çabalarına başlamalıdır.

Terörizmin tetiklediği turizm krizleri, doğal felaketlerden kaynaklanan krizlerden farklı olabilmektedir ancak genel turizm krizlerini yönetmek için sunulacak öneriler bellidir. Kriz durumlarının üstesinden gelmek için öncelikle (herhangi bir olumsuzluktan önce) medya, halkla ilişkiler, bilgi koordinasyonu, fon toplama, pazarlama ve reklamcılık ile ilişkili olan grupları yetkilendiren ekibin kurulması önerilmektedir. Daha sonrasında, bir durumun kriz olarak doğru şekilde tanımlanmasıyla birlikte kriz yönetimi faaliyetlerine başlanması önerilmektedir. "Kriz zihnini" hazırladıktan sonra, durumun ağırlığı,

tam iyileşme gösterene kadar disiplin ve bağlılıkla sürdürülmelidir. Diğer öneriler arasında basın toplantılarının düzenlenmesi, dengeli ve doğru yayınlar yapılmasının sağlanması için medya ile güçlü bir ilişki geliştirilmesi ve medya dağıtımı için basın setlerinin geliştirilmesi yer almaktadır (Sönmez vd. 1994). Bu öneriler aslında kriz yöneticilerini piyasa iyileştirmesini uygulamak için yönlendirmekte olup, bölgenin kaybolan imajını onarmaktadır.

Mısır'ın teröre karşı aynı şekilde cevap vermesinden yola çıkarak (Tablo 1), Wahab (1996), güvenlik ve tanıtıma dayanan turizm krizini yönetmek için atılabilecek adımları anlatmaktadır. Mısır polisi terörist liderlerini bulup yakalayarak önleyici ve proaktif önlemleri hayata geçirmiştir. Teröristlerin uluslararası turistleri hedeflemesi sonrasında, ülkenin polis teşkilatı ülkeyi ve özellikle savunmasız turizm endüstrisini korumayı amaçlayan katı cezai yaptırımlara dayanan terörle mücadele önlemlerini kabul etmişlerdir. Bu kapsamda her otobüste, trende ve turist taşıyan Nil kruvazöründe "ihtiyatlı" bir polis koruması bulundurmışlardır. Mısır'daki kriz yönetiminin bir başka yönü de sert tanıtımlar olmuştur. Bakanlık, yoğun pazarlama dâhil yeni hedefler belirlemeden önce mevcut pazarlama stratejisini yeniden değerlendirmiş ve bu zayıf imajın üstesinden gelmenin tek yolun (terörizmle sonuçlanan) uluslararası medyanın dikkatini çekmek için yeterli cepheyi sağlayacak güçlü tanıtımlar yapmaktan geçtiğinin üzerinde durulmuştur (Wahab 1996).

Olumlu bir tanıtım yapmak ve dünya ve endüstrinin ilgisini çekmek için Mısır, terörizmden uzak bir dizi uluslararası özel etkinliğe ev sahipliği yapmıştır. Salt tanıtımın yetersiz olduğunu kabul ederek, Wahab (1996) ayrıca uluslararası medya mensuplarıyla iyi temasların sürdürülmesini önermektedir. Uluslararası tur operatörlerine, seyahat acentelerine ve basına (seyahat risklerini uygun bağlamda değerlendirmek için) kapsamlı bilgi sağlamayı ve her ihtimale karşı yüksek riskli alanların rehberlerle beraber gezilmesi gerektiğini önermiştir. Yine, Meksika Chiapas'daki (Tablo 1) çatışma sona erdikten sonra, yeni turizm bakanı tarafından sert bir biçimde

toparlanma çabaları uygulanmıştır. Bütün faaliyetler, Chiapas'a olan güvenin yeniden kurularak iç turizmi artırma çabalarıyla bütünleşmiştir. Bu bağlamda, Meksika'daki işletmelere, toplantılarını ve konferanslarını şehrin yeni kongre merkezlerinde yapmaları için bir milyon mektup gönderilmiştir ve teşvik olarak, işletmelere Chiapas otellerinde vergi indirimi teklifi sunulmuştur. Ayrıca otel fiyatları daha rekabetçi seviyelere kadar indirilmiştir. Pitts (1996) bunlara ek olarak benzer bir kademeye maruz kalan diğer bölgelerin, videolarını çekip dağıtarak barış ve istikrar kazanmayı ve iyileştirme çabalarına yardımcı olmak için aynı etkiye sahip slogan geliştirmeyi önermektedir.

Terörizmin çok yakın bir zamanda sona ermesi beklenen vahşi bir eğilimden çok daha fazlası olduğu açıktır. Ama dünyadaki terör veya siyasi kargaşadan mustarip olan çok az ülke turizm gelirlerinden vazgeçmeyi göze almaktadır. Bunun yerine, olumsuz olaylarla başa çıkmak için stratejiler geliştirmektedirler. Terörizm ve turizm arasındaki ilişkinin anlaşılması, belki de ilk adımların başında gelebilir. Terörizmi tamamen kontrol etmek zor (hatta imkânsız) olabilir, ancak ülkeler bu sorunu görmezden gelemezler. Hem devlet yetkilileri hem de turizm endüstrisi, uluslararası turistlerin risk durumlarını ve etkin kriz pazarlama stratejilerini değerlendirmek için bu tehdide odaklanmalıdır (Hall ve O'Sullivan 1996). Çoğu krizin önlenmesi, terörizm ya da siyasi kargaşaların öngörülememesi nedeniyle zordur. Dahası, her kriz durumu basit formüller ile çözülemeyecek kadar farklı ve zordur. Bölgelerin ihtiyaçlarına özel bir eylem planı hazırlaması şarttır. Bir bölge kriz ile karşılaştığında, olası bir plan önemli ölçüde zaman, enerji ve diğer kaynakları korumasına yardımcı olacaktır. Toplumsal ve küresel karmaşıklıklar göz önünde bulundurulduğunda, hiçbir bölge negatif durumlardan muaf değildir; bu yüzden "bize bir şey olmaz" felsefesi pervasız ve profesyonellikten uzaktır.

SONUÇ

Son 25 yılda vuku bulan olayların üstünkörü incelenmesi bile, terörizmin bir anda bitmeyeceğini göstermek için yeterli olmuştur. Terörizmin

kalıcılığını, bölgesel ve siyasi problemleri kabul etmek ve onları idare etmek bir zorunluluktur. Bu durum sadece terörizmden veya siyasi rahatsızlıklardan etkilenen ülkeler ile turizm üreten ülkeler için değil, aynı zamanda uluslararası turizm endüstrisi için de geçerlidir. Endüstri doğal felaketlerden kaynaklanan olaylar yaşadığı zaman, halkın ve endüstrinin anlayış ve hoşgörüsüne başvurulur. Fakat insan kaynaklı olaylar, özellikle siyasi şiddet içeren olaylar, halkın öfke veya korkusunu tetiklemektedir. Eldeki sorun son derece karmaşık olmasına rağmen, etkin ve uygulanabilir çözümler için umut, sanayi uygulayıcılarının, devlet kurumlarının ve akademik kurumların ek araştırma ve işbirliği çabalarında yatmaktadır.

Bu çalışma, turizm kapsamında siyasi istikrarsızlığın ve terörizmin arka planını sunmaya çalışmıştır. Kayda değer ve oldukça kapsamlı çalışmalara yönelik farklı alanlardan yazarların katkı sunduğu alan yazın bilgisi çalışmada sunulmuştur. Bu çalışmanın kopyalanmaktan ziyade ileriki araştırmalar için temel oluşturması beklenilmektedir. Örneğin, turist gelişlerine, yapılan harcamalara ve seyahat akışının yeniden düzenlenmesine odaklanan çalışmalar yararlı olabilmektedir; fakat terörizmin ekonomik kayıplara yol açması sonucunda insanlar birbirlerini desteklemekten çok daha fazlasını yapmaktadır. Küçük farklılıkların dışında, araştırmacılar, siyasi şiddetin herhangi bir biçimde bölge imajına ve dolayısıyla turist akımlara zarar verdiği konusunda ittifak etmişlerdir. Bu durum sağlandığına göre, araştırmacıların terörle mücadele için olası çözümleri ve önleyici tedbirleri araştırmaları gerekmektedir. Bu yazıda değinilen birçok çalışma kriz yönetimi çalışmalarının yapılması gerekliliğini savunmakla birlikte, pek azı bu mücadeleyi ele almıştır. Bunun nedeni, yapılması gerekenin oldukça ağır olması, terör kaynaklı bir krizi yönetmenin ürkütücü olması ve bölgeye yeniden imaj kazandırmanın zor bir konu olması olarak değerlendirilebilir. Konuya odaklanan faydalı çalışmalar olmasına rağmen, ek araştırmalara gereksinim olduğu aşikârdır. İleriki çalışmalar için olası konular aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Turizm ile Terörizm veya Siyasal İstikrarsızlık İlişkisine Odaklanan Araştırmalar

Kaynak	Konu / Başlıca Bulgular / Sonuçlar
Richter (1980)	Filipinler'de önde gelen üç gazetenin dört aylık içerik analizi yapılmıştır. Cumhurbaşkanı Marcos 1972'de "Yeni Topluluk-New Society"yi ortaya attığında düzeni sağlamak için sıkıyönetim ilan etmiştir. Sıkıyönetim bildirgesi, ülkeyi "güvenli bir bölge" olarak pazarlamayı sağlamış ve turizm endüstrisi, Yeni Topluluğun ülkeyi güven altına alması için katkıda bulunmasına neden olduğu ortaya çıkarılmıştır. Yazar, turizmin siyasi bir araç haline geldiğini ileri sürmekte ve siyasi istikrarın başarılı bir turizm faaliyeti için ön koşul olarak önemli doğal ve kültürel cazibe merkezlerinin ötesine geçtiği sonucuna varmıştır.
Richter (1983)	Çalışmada terörizm ve turizm arasındaki ilişkiler tartışılmış ve huzurlu bir seyahat ile diplomatik ilişkiler arasındaki paralellik gösterilmiştir. Yazar, çalışmada turistleri, teröristler için yararlı hedefler olarak tanımlamaktadır.
D'Amore and Anuza (1986)	Terörizmin uluslararası seyahatler üzerindeki etkileri, terörizm tehdidine yönelik gezginlerin tepkileri, pazarlama faaliyetlerinin etkileri, bireyler ve turizm endüstrisi için güvenlik konuları ele alınmıştır. Araştırma sonuçları, daha deneyimli turistlerin terörizmi, tecrübesiz ve endişeli olanlara kıyasla daha doğal karşıladıkları sonucuna varılmıştır.
Richter and Waugh, Jr. (1986)	Teröristlerin amaç ve hedeflerinin sınıflandırılması, turistlere/turizme yönelik saldırıların, endüstriyi kontrol eden sosyoekonomik ve politik seçkinlere karşı olan saldırılardan daha fazla ses getirdiği sonucuna ulaşılmıştır.
Teye (1986)	Zimbabve'nin Tek Taraflı Bağımsızlık Bildirgesi'nin (UDI) Zambiya'nın turizm endüstrisi üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Zimbabve'nin kurtuluş savaşı, bölgedeki turizmi etkilemiştir. Tur operatörlerinin bölgeden çekilmesi, turistlerin kaçırılması ve üzerlerine ateş açılması, olumsuz tanıtım, belli belirsiz hedefler olarak turizm altyapısının seçilmesi, turistik faaliyetlerin kısıtlanması, sokağa çıkma yasakları, fotoğraf çekiminin yasaklanması ve ABD Dışişleri Bakanlığı'nın seyahat uyarısı sonucunda Zambiya'nın gelen turist sayısında düşüş yaşanmıştır.
Brady and Widdows (1988)	Avrupa turizmine olan talebi belirlemek ve 1986 yaz turizminde çeşitli olayların (ör. Terörizm, Çernobil, ABD'nin Libya'ya baskını) etkilerini tahmin etmek için tüketici talep analizi yöntemleri uygulanmıştır.
Conant, Clark, Burnett and Zank (1988)	Posta anketi aracılığıyla 359 adet en büyük ABD seyahat acentesinin 1986 yılında yaşanan terör krizine verdiği yanıtların ampirik çalışması yapılmıştır. Katılımcılardan terör tehdidinden yola çıkarak pazarlama stratejilerini açıklamaları ve terörizmin etkilerini en aza indirmede 16 rekabetçi pazarlama stratejisi unsurlarının önemini değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar, tanıtım, halkla ilişkiler ve kişisel satışların terör yönetiminde önemli rol oynadığını göstermektedir.
Hurley (1988)	Çalışma 1985 ve 1986 yılında Roma'ya gelen yabancı ziyaretçilerin karşılaştırmasını ele almaktadır. Ayrıca, 80'li yılların ortalarında terör olaylarından sonra otellerdeki doluluk oranlarını incelemiştir. Bulgular, Roma'daki 4-5 yıldızlı oteller için Roma'ya gelen Amerikalı ziyaretçilerin %59'un üzerinde azaldığını ve doluluk oranlarının %37'nin biraz altına düştüğünü göstermektedir. Yazar, Amerikalı turistlerin "kararsız" olduğunu ve Amerikan ticaretine bağımlı otellerin de pazarlama vurgusunu Avrupa ve Asya turistlerine kaydırılması gerektiği belirtmiştir.
Scott (1988)	Yazar, 1987'de 2 ay içinde 2 askeri darbe sonucunda turizmin kötüye gittiği Fiji ada ülkesini örnek olay kapsamında incelemiştir. Avustralya ve Yeni Zelanda tarafından verilen seyahat tavsiyeleri, Fiji'nin uluslararası havaalanında Air New Zealand Boeing 747'yi kaçırma girişiminde bulunulması ve medyanın durumu şiddetlendirmesi ile turizmde gerileme yaşanmıştır.
Hartz (1989)	Çalışmada kurul onaylı psikiyatrist tarafından ABD'li çok uluslu 4 şirketten yurtdışına sürekli seyahat eden 29 üst düzey işletme yöneticisi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmaya göre %66'sı kaçırıldıklarını %31'i ge çek terör olaylarının kurbanı olduklarını, %8'inin terör olaylarından kıl payı kurtulduğu ve %83'ü ise davranışlarının daha güvenli davranışlara yöneldiğini belirtmiştir.
Tremblay (1989)	18 Avrupa ülkesinin ikincil verileri olan turizm gelirleri toplanarak incelenmiştir. Tabii tutulan regresyon analizinde kazançlar bağımlı değişken, terör faaliyeti, ulaşım maliyetleri, döviz kurları, nisbi fiyatlar ve gelir bağımsız değişken olarak tanımlanmıştır. Terörizmden ciddi derecede etkilenen Kuzey Amerikalı turistlerden elde edilen kazançların aksine, terörizmin Avrupalı turistlerden elde edilen kazançlar üzerinde önemli bir etkisinin olduğu bulunamamıştır.
Cook, Jr. (1990)	Terörizmin, suçun ve siyasi istikrarsızlığın iş amaçlı seyahat eden 408 kişilik bir turist grubunun uluslararası yolculuk yapma isteği üzerine olan etkilerinin ampirik çalışması yapılmıştır. Bir uluslararası güvenlik konferansına katılan 140 kişiye, varsayımsal durumlarla anket uygulanmıştır. İkinci aşamada, 268 yöneticiye anket yapılmıştır. Veriler regresyon ve ANOVA kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar, uluslararası seyahat istekliliğinin önceki tecrübelerle paralel olarak arttığını göstermiştir. Katılımcıların suçtan korktuğu fakat terörizm konusunda daha endişeli olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır. Siyasi istikrarsızlığın, terörizm ile birlikte olmadığı sürece ciddi bir endişe yaratmadığı görülmüştür.
Hollier (1991)	Yazar, Pers Körfez Savaşının turistik faaliyet üzerindeki etkilerini incelemiştir. Körfez Savaşı sırasında Mısır, İsrail, Ürdün, Türkiye ve Birleşik Arap Emirlikleri turist gelirlerinde belirgin bir düşüş yaşamış ve "Desert Storm Operasyonu" sırasında uluslararası seyahat akışlarının büyük çapta yeniden düzenlenmesine neden olmuştur.

Tablo 2. Turizm ile Terörizm veya Siyasal İstikrarsızlık İlişkisine Odaklanan Araştırmalar (Devam)

Kaynak	Konu / Başlıca Bulgular / Sonuçlar
Schwartz (1991)	Yazar, sıkıyönetim sırasında Tibet bölgesini örnek olay kapsamında (1989'da Lhasa'da ilan edilen) ve turist-ev sahibi ilişkisinin müteakip dönüşümünü incelemiştir. Turistler, polisin mesajlarını dışarıya iletmek için çağrıda bulunan sivilleri vurduğuna ve öldürdüğü tanık olmuş ve fotoğraflarını çekmişlerdir.
Enders, Sandler ve Parise (1992)	1968-1988 yılları arasında Avrupa kıtasında yer alan 12 ülkede, terörizmin turizm üzerindeki etkilerini incelemek için ikincil veri kaynakları kullanılmıştır. Turizm pazar payları, ülkeye/bölgeye yönelik terörist saldırıların zaman serilerine dayanan bir aktarım işlevi ARIMA Modeli kullanılarak tahmin edilmiştir. Terörizmin ekonomik maliyeti, IMF tarafından bildirilen turist gelirlerinin değeri ile temsil edilmiştir. Araştırmada, bir ülkenin komşusunda terörizm olayı yaşandığında bir diğer ülkeyi de etkiliyorsa bu "genelleme etkisi" olarak tanımlanmıştır. Turizmin, terörizme 6-9 hafta sonra tepki gösterdiği de ayrıca belirlenmiştir.
Gartner ve Shen (1992)	1989 yılındaki Tiananmen Meydanı çatışmasının dünya çapında yankı uyandırması sonucunda, turizmin yeni gelişmekte olduğu Çin'i örnek olay kapsamında incelemiştir. Pekin'deki otel doluluk oranları %30'un altına düşmüş, 300 grup (yaklaşık 11.500 kişi) seyahat planlarını iptal etmiş ve turizm gelirleri 1989'da 430 milyon dolar azalmıştır.
Gu ve Martin (1992)	Orlando Uluslararası Havaalanı'ndaki (OIA) gelen yolcu artışı, ikincil veriler kullanılarak incelenmiştir. 1986 yılında OIA'dan ayrılmış yolcular ileri aşamalı regresyon prosedürü ve diğer regresyon analizleri kullanılarak incelenmiştir. Ortadoğu ve Avrupa'daki terörist kaçırma olaylarında meydana gelen artışın, OIA'ya gelen yolcuların gelişlerini olumlu bir şekilde etkilediğini ortaya çıkarmıştır.
Witt ve More (1992)	1985 yılında Kuzey İrlanda'da (NI) ülkenin imajını turistik bir destinasyon olarak incelemek için 8 özel etkinliğe katılan bireylerle kişisel mülakat yapılmıştır. Çalışma, özel etkinliklerin teşvik edilmesinin, NI'nin terörizm ve iç karışıklığın neden olduğu olumsuz dış görünüşünü aşacak kadar ilgi yaratıp yaratmadığını incelemiştir. Sonuçlar, NI'nin iç turizmi teşvik etmek için turizm pazarındaki payını arttırması gerektiğini göstermiştir. Ziyaretleri arttırmak için araştırmacılar, tanıtım faaliyetleriyle beraber yeni turizm ürünleri geliştirmeyi önermektedirler.
Ryan (1993)	Suç ve turizm ilişkisinin beş tip halinde sınıflandırıldığı bir tipoloji sunan kavramsal bir çalışmadır. Çalışma, terörizmi ileri bir suç biçimi olarak sınıflandırmaktadır.
Hall (1994)	Turizm ile siyaset arasındaki ilişkiyi irdeleyen ve hükümetler tarafından dünya çapında örnekler sunarak (ör. Fiji, Avustralya, Net/Zelanda, Antarktika) ulusal politikaların uygulanması için turizmin kullanımına değinen kapsamlı bir kitap çalışmasıdır.
Sönmez, Backman ve Allan (1994)	Doğal felaketlere odaklanarak turizm krizlerini yöneten rehber bir kitap çalışmasıdır. "Afet" ve "kriz" kavramları turizm endüstrisi kapsamında tanımlanmıştır. Eğer bir ülkenin güvenlik imajı zarar gördüyse (örneğin, Mısır, Peru, İsrail), tekrarlanan terörist saldırılarının ülke için kriz durumu oluşturabileceğini belirtmektedir.
Aziz (1995)	Çalışmada turistlere karşı Mısır'da yapılan terör olayları tartışılmakta ve bu durum Mısır'daki yerel halk ve turistler arasındaki sosyoekonomik uçuruma dayandırılmaktadır. Değerlerin ve kültürlerin anlaşamaması ile sonuçlanan gerilim turist saldırılarını açıklamak için kullanılmaktadır. Yerel halkın İslami gelenek ve kültürel değerleri ile örtüşmeyen bazı turist davranışlarıyla yaşadığı gerilim (kıyafetleri; domuz eti yemeleri ve alkol tüketimi; kumar) vurgulanmaktadır.
Mansfeld (1995 ve 1996)	"Orta Doğu" faktörü baz alınarak savaş ve turizm arasındaki ilişki incelenmektedir.
Sharpley ve Sharpley (1995)	Bir askeri darbenin Gambiya'nın turizm endüstrisindeki yansımalarını incelenmektedir. Gambiya siyasi olarak İngiltere'den bağımsızlığını kazandığı yıldan kansız geçen darbe yılına kadar istikrarlı bir yol çizmekteydi. Darbeyle beraber, turizme yönelik geliştirilen çeşitli propagandalar gelen turist sayısının 5.000'den 300'e düşürmüştü, 2.000'in üzerinde iş kaybının yaşanmasına neden olmuş, 8 otel kapanmış ve ekonomik ve sosyal koşullar bozulmuştur.
Wahab (1995)	Kavramsal olan bu çalışma, Mısır'ın turistlere karşı düzenlediği terör saldırılarını, "modernitenin yolsuzluğuna direnmek için klasik İslami toplumsal kuralları yeniden canlandırmaya çalışan gruplar" olarak değerlendirmektedir. Yazar, muhafazakâr yerlilerin, ulusal kültür, gelenek ve dini inançlara karşı bir tehdit olarak algıladıkları şeyleri önlemek için şiddetli bir eylemde bulunma düşüncesinde olduklarına inanmaktadır; aşırı durumlarda, kızgınlık kendini terörizmle ortaya koymaktadır.
Bar-On (1996)	Çalışma seyahat ve turizm eğilimleri, terör saldırıları, savaşlar ve sert siyasi sorunlara yöneliktir ve Mısır, İsrail, İspanya ve Türkiye'deki turistik faaliyetlerin karmaşık bir incelemesini sunmaktadır.
Hall ve O'Sullivan (1996)	Çalışmada turizm, siyasi istikrar ve şiddet arasındaki bağlantı tartışılmaktadır. Yazarlar çalışmada siyasi istikrarsızlığın boyutlarını (uluslararası savaşlar, iç savaşlar, darbeler, terörizm, isyan/siyasi protesto/toplumsal huzursuzluk, grev) sunmaktadır ve siyasi kargaşanın Çin ve Hırvatistan'ın turizm endüstrileri üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Politik istikrarsızlık/şiddet yaşayan ulusların bir listesi de çalışmada yer almaktadır.

Tablo 2. Turizm ile Terörizm veya Siyasal İstikrarsızlık İlişkisine Odaklanan Araştırmalar (Devam)

Kaynak	Konu / Başlıca Bulgular / Sonuçlar
Mihalic (1996)	Savaşın Slovenya'daki turizm sektörüne olan etkisi örnek olay kapsamında incelenmiştir. Yugoslavya'nın turizm faaliyeti, Balkan savaşı (Slovenya, Hırvatistan, Bosna-Hersek) nedeniyle aniden kesilmiştir. Yugoslavya'daki tur operatörleri 1991'de 1 milyondan fazla turist kaybetmiştir.
Pitts (1996)	Çalışmada ,NAFTA'ya tepki olarak Meksika hükümetine karşı ayaklanan Ezercito Zapatista Kurtuluş Ordusu (EZLN) silahlı isyanının örnek olay incelemesi yapılmıştır. Yazar, otel sahipleri, hükümette yer alan turizm yetkilileri, turizm tedarikçileri ve turizm bakanı olmak üzere toplamda 27 kişiyle görüşme yapmıştır. Chiapas'daki San Cristobal bölgesinde, uluslararası/yerli turizmde ciddi düşüşler yaşandığı ortaya çıkarılmıştır. Yazar San Cristobal'da kargaşa y a da savaş turistleri (eylemle ilgilenen) ve gazeteciler, araştırmacılar ve insan hakları aktivistleri olmak üzere iki farklı turist türünü ortaya koymuştur. Chiapas, etnik turizm ürününden, çatışma deneyimi ve "siyasi şiddet heyecanı" sunan turizm türüne dönüştürüldüğü çalışmada sunulan bir diğer sonuçtur.
Sönmez ve Graefe (1996)	ABD'de uluslararası turistlerin on risk türü ile genel risk algıları arasındaki ilişkileri ve sekiz coğrafi bölge ile en iyi yedi tatil bölgesinin oluşturduğu risk derecesinin ampirik çalışması yapılmıştır. Sonuçlar, terörizm, siyasi istikrarsızlık ve memnuniyet risklerinin çoğunlukla Amerikalı turistlerin uluslararası seyahatleriyle ilişkili olduğunu ortaya konulmuştur. Siyasi istikrarsızlık, memnuniyet ve fiziksel risklerin farklı coğrafi bölgelerle ilişkili olduğu ayrıca saptanmıştır.
Wahab (1996)	Mısır'ın terörle mücadele konusunu ele alan çalışmada yazar Mısır polis teşkilatının ülkeyi ve turizmi korumak için sıkı cezaî önlemler üzerine kurulu terörle mücadele önlemlerini hayata geçirdiğini belirtmektedir. Savunmadan önlemeye ve tepki vermektense olayları tahmin etmeye doğru değişen polis önlemleri Mısır turizm bakanı tarafından krizin üstesinden gelmek için uygulanmıştır. Yazar, kötü imajın yansıtılmasının üstesinden gelmenin tek yolunun, uluslararası medyanın dikkatini çekmek için güçlü tanıtımlar yapmanın gerekliliğinin altını çizmektedir. Olumlu tanıtımların yapılması için özel etkinliklerin başlatılması, uluslararası seyahat uzmanlarına ve basına eksiksiz bilgi verilmesi ve turistlerin güvenli alanlarda tutulması gibi öneriler sunulmuştur.
Wall (1996)	Yazar, turist sayıları, ziyaretçilerin kökenleri, menşei ülkeye göre turizm gelirleri ve seyahat amacı bakımından Kuzey İrlanda'yı İrlanda Cumhuriyeti ile karşılaştırmaktadır. Sonuç olarak görülmüştür ki Kuzey İrlanda'nın ziyaretçileri İrlanda Cumhuriyeti ziyaretçilerine göre daha fazladır fakat daha az para harcayan ziyaretçi durumundadırlar. Çünkü gelen kişiler çoğunlukla arkadaş/akrabalarını ziyaret etmek üzere gelmektedirler. Çalışma ayrıca Kuzey İrlanda ziyaretçilerinin terör faaliyetlerden oldukça haberdar olduğunu ve temel nedenlerini anladıkları için daha az tehdit altında hissettiklerini de ortaya çıkarmaktadır.
Siinmez ve Graefe (1998)	Uluslararası bazda kişilerin seyahat karar verme sürecinin ve terörizm tehdidinin önemli aşamalarının uluslararası turizm tecrübesi, risk algılama seviyesi, uluslararası tutum, yaş, cinsiyet, eğitim, gelir ve hane halkı varlığı arasındaki ilişkilerinin ampirik çalışması yapılmıştır. Bu bağlamda 500 yabancı turistte gönderilen bir posta anketi %48 oranında cevaplanmış ve veriler çoklu ve basit regresyon kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak, uluslararası turizm tutumu, risk algılama seviyesi ve gelirin uluslararası bölge seçimini doğrudan etkilediği ancak turizm tecrübesinin ve eğitiminin dolaylı etkiler olarak ortaya çıktığı bulunmuştur.

Terörizm, siyasi mücadele ya da bölgesel savaş deneyimleyen bölgelerin yeni örnek olay olarak incelenmeleri etkili ve etkisiz yönetim ve iyileştirme çabalarını belirlemede son derece yararlı olmaktadır. Hiç kuşkusuz, başkalarının deneyimleri, başarıları ve başarısızlıkları, benzer krizlerin üstesinden gelebilmek açısından gerçekçi çözümlere ihtiyaç duyan turizm yetkilileri ve yöneticileri için çok değerli bir bilgi kaynağı olmaktadır. Şüphesiz ki endüstride, kapsamlı bir terör kriz yönetimine ihtiyaç duymaktadır. Etkili bir kriz yönetimi ve piyasa iyileştirme çözümlerine ilişkin diğer bölgelerin çabalarını inceleyerek (özellikle de tam iyileşme amacı izlendiğinde) derlemek faydalı bir unsur olabilmektedir. Çün-

kü derlenen çözümler, gerektiğinde diğer bölgelerin belirli ihtiyaç ve koşullarına uygun olacak şekilde uyarlanabilir. Siyasi şiddetin bölge imajını nasıl etkilediğini, kitle iletişim araçlarının bölge imajının gelişimine nasıl katkıda bulunduğunu ve olumsuz bir olaydan sonra, özellikle de medya incelemesiyle beraber imajın nasıl onarılabilirliğini daha iyi anlamak için araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bölge imajı üzerinde geniş bir alanyazın taraması bulunsa da, bu konulara pek önem verildiği söylenememektedir. Bir diğer endişe ise, her ne kadar yanıt vermek zor olsa da, özellikle bir bölge olarak bir ülkenin turizm imajı ve muhtemel ekonomik kapasitesi tehlikeye girdiğinde terör olaylarının medya tarafından kullanılmasının nasıl engelleneceğidir.

Çalışmalarda, turist kararların bir birleşimi olarak risk unsuru sınırlı bir şekilde ele alınmıştır (Cook ve Fesenmaier 1992; Urn ve Crompton 1992; Siinmez ve Graefe 1996, 1997). Potansiyel turistler genellikle medyanın uluslararası siyasi şiddetine maruz kalmaktadırlar. Terörizmle-turizm arasındaki istikrarsız ilişki, teröristler tarafından hedef olma ihtimallerini örtmek gibi bir davranış içerisinde olan medya tarafından büyütülmektedir. Sonuç olarak, algılanan risk, bölgelere yönelik tutumların şekillendirilmesinde gerçeğe daha ağır basmaktadır. Seyahat riskinin, gerçek ile algılanan risk ve bölge imajı ile turist tutumları bakımından incelenmesi daha faydalı olacaktır. Çünkü bölge, pazarlayanların algı, tutumları ve endişelerini gidermek için reklam stratejileri tasarlamak ve olumsuz durumu değiştirmek ve olumlu algıları güçlendirmek durumundadır.

Son olarak, tarafsız seyahat bilgilerini yaymak için (Sharpley ve Sharpley 1995 tarafından önerilen şekilde) bağımsız ve uluslararası bir organizasyon yaratmanın fizibilitesi ve lojistiği araştırılmalıdır. Böyle bir oluşumun olması, siyasi şiddetten etkilenmeyen bir bölgenin turizm endüstrisine ciddi hasar vermesine engel olabilir, ancak diğer ülkeler tarafından (bilinçli olarak, siyasi sebeplerden ya da aşırı tepki olarak) tehlikeli bir durum olarak ilan edilebilir. Ayrıca, ilgili ve güncel konuların gelecek çalışmalardan ortaya çıkması muhtemeldir.

KAYNAKÇA

- Abu Fadil M. (1992). Special Feature: The Terrorists won't Go Away, *The Middle East*, 217: 15-18.
- Atkinson S. E., Sandier T. ve Tschirhart J. (1987). Terrorism in a Bargaining Framework, *The Journal of Law and Economics*, 30 (1): 1-21.
- Aziz H. (1995). Understanding Terrorist Attacks on Tourists in Egypt, *Tourism Management*, 16 (2): 91-95.
- Bach S. A. (1996). Tourist-Related Crime and the Hotel Industry: A Review of the Literature and Related Materials. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 281-296). New York: Wiley.
- Bar-On R. R. (1996). Measuring the Effects on Tourism of Violence and of Promotion Following Violent Acts. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 159-174). New York: Wiley.
- Bramwell B. ve Rawding L. (1996). Tourism Marketing Images of Industrial Cities, *Annals of Tourism Research*, 23 (1): 201-221.
- Brookfield H. C. (1969). On the Environment as Perceived. İçinde: C. Board, P. Haggett, R. Chorley, ve D. Stodder (Editörler) *Progress in Geography* (s. 68). Londra: Edward Arnold.
- Bloom J. (1996). A South African Perspective of the Effects of Crime and Violence on the Tourism Industry. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 91-102). New York: Wiley.
- Brady J. ve Widdows R. (1988). The Impact of World Events on Travel to Europe During the Summer of 1986, *Journal of Travel Research*, 26 (3): 8-10.
- Buckley P. J. ve Klemm M. (1993). The Decline of Tourism in Northern Ireland: The Causes, *Tourism Management*, 14 (3):184-194.
- Butler R. W. (1990). The Influence of the Media in Shaping International Tourist Patterns, *Tourism Recreation Research*, 15 (2): 46-53.
- Chandler J. G. (1991). How Safe Are Our Airports?, *Travel and Leisure*, 21 (5):94-100.
- Chesney-Lind M., ve Lind I. (1986). Visitors as Victims. Crimes Against Tourists in Hawaii, *Annals of Tourism Research*, 13(2): 167-191.
- Chomsky N., ve Herman E. S. (1979). *The Washington Connection and Third World Fascism*. Kanada: Black Rose Books.
- Chon K. S. (1991). Tourism Destination Image Modification Process: Marketing Implications, *Tourism Management*, 12 (1): 68-72.
- Cohen E. (1996). Touting Tourists in Thailand: Tourist-Oriented Crime and Social Structure. İçinde: A. Pizam and Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 77-190). New York: Wiley.
- Conant J. S., Clark T., Burnett J. J. ve Zank G. (1988). Terrorism and Travel: Managing the Unmanageable, *Journal of Travel Research*, 26 (4): 16-20.
- Cook W. J. (1990). The Effect of Terrorism on Executives' Willingness to Travel Internationally (*Basılmamış Doktora Tezi*). New York: The City University of New York.
- Cook R. L. ve McCleary K. W. (1983) Redefining Vacation Distances in Consumer Minds, *Journal of Travel Research*, 22 (3): 1-34.
- Crompton J. L. (1992). Structure of Vacation Destination Choice Sets, *Annals of Tourism Research*, 19 (3): 420-434.
- Crompton J. L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon that Image, *Journal of Travel Research*, 17(4): 18-23.
- D'Amore L. J. ve Anuzo T. E. (1986). International Terrorism: Implications and Challenge for Global Tourism, *Business Quarterly*, 4: 20-29.
- Dann G. M. S. (1993). Tourists' Images of a Destination-an Alternative Analysis. İçinde: D. R. Fesenmaier, J. T. O'Leary, ve M. Uysal (Editörler) *Recent Advances in Tourism Marketing Research* (ss. 41-55). New York: The Haworth Press.

- Demos E. (1992). Concern for Safety: A Potential Problem in the Tourist Industry, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1 (1): 81-88.
- Dichter E. (1985). What's in an Image, *The Journal of Consumer Marketing*, 2 (1): 75-81.
- Diller F. ve Scofidio D. (1994). *Back to the Front: Tourism of War*. Basse-Normandie: FRAC.
- Edgell Sr. D. L. (1990). *International Tourism Policy*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Echtner C. M. ve Ritchie J. R. B. (1991). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment, *Journal of Travel Research*, 31(4): 3-13.
- Ehemann J. (1977). What Kind of Place is Ireland: An Image Perceived through the American Media, *Journal of Travel Research*, 16 (2): 28-30.
- Enders W. ve Sandler T. (1991). Causality between Transnational Terrorism and Tourism: The Case of Spain, *Studies in Conflict & Terrorism*, 14 (1): 49-58.
- Enders W., Sandler T. ve Parise G. F. (1992). An Econometric Analysis of the Impact of Terrorism on Tourism, *Kyklos*, 45 (4): 531-554.
- Englander D. W. (1991). What You Need to Know to Fly Safely Now, *Money*, 29 (3): 156.
- Fedarko K. (1993). Holidays in Hell, *Time*, 23: 50-51.
- Fletcher M. (1993). Egypt: Is This the Time to Visit?, *Travel and Leisure*, 23 (6): 60-64.
- Galtung J. ve Ruge M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers, *Journal of Peace Research*, 2 (1): 64-80.
- Gartner W. C. (1993). Image Formation Process. In Recent Advances. İçinde: D. R. Fesenmaier, J. T. O'Leary ve M. Uysal (Editörler) *Tourism Marketing Research* (ss. 191-215). New York: The Haworth Press.
- Gartner W. C. (1989). Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques, *Journal of Travel Research*, 28 (2): 16-20.
- Gartner W. C., ve Shen J. 1992 The Impact of Tiananmen Square on China's Tourism Image, *Journal of Travel Research*, 30:47-52.
- Goszczyńska M., Tyszka T. ve Slavic P. (1991). Risk Perception in Poland: A Comparison with three other countries, *Journal of Behavioral Decision Making*, 4 (3): 179-193.
- Gu Z. ve Martin T. L. (1992). Terrorism, Seasonality, and International Air Tourist Arrivals in Central Florida: An Empirical Analysis, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1 (1): 3- 15.
- Gunn C. (1972). *Vacationscape*. Austin TX: The University of Texas, Bureau of Business Research.
- Hagerty B. (1993). Egypt Struggles to Reassure Tourists, Targets in a Wave of Terrorist Activity, *Wall Street Journal*, 1: 51.
- Hall C. M. (1994). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. New York: Wiley.
- Hall C. M. ve O'Sullivan V. (1996). Tourism, Political Stability and Violence. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 105-121). New York: Wiley.
- Hartz C. (1989). Business Executives as International Terrorist Targets. İçinde: J. R. Buckwalter (Editör) *International Terrorism: The Decade Ahead* (ss. 21-28). Chicago: The University of Illinois at Chicago. Office of International Criminal Justice.
- Hollier R. (1991). Conflict in the Gulf: Response of the Tourism Industry, *Tourism Management*, 12 (1): 2-4.
- Hollinger R. (1995). Crime and Florida's Tourists. İçinde: *Security and Risks in Travel and Tourism, Proceedings of the Talk at the Top Conference* (ss.183-215). Ostersund: MidSweden University.
- Hurley J. A. (1988) The Hotels of Rome: Meeting the Marketing Challenge of Terrorism, *The Cornell Quarterly*, 29 (1): 71-79.
- Jenkins B. (1987) The Future Course of International Terrorism. İçinde: A. Kurz (Editör) *Contemporary Trends in World Terrorism* (ss. 150-159). New York: Praeger.
- Jenkins B. (1988). Future Trends in International Terrorism. İçinde: R. O. Slater ve M. Stohl (Editörler) *Current Perspectives on International Terrorism* (ss. 246-266). London: Macmillan.
- Karber P. A. (1971). *Terrorism as Social Protest*. (Basılmamış Çalışma).
- Kemmer C. (1995). Resident and Visitor Safety and Security in Waikiki. İçinde: *Security and Risks in Travel and Tourism, Proceedings of the Talk at the Top Conference*, (ss. 75-83). Ostersund: Mid-Sweden University.
- Lankford S. V. (1996). Crime and Tourism: A Study of Perceptions in the Pacific Northwest. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 51-58). New York: Wiley.
- Lea J. P. (1996). Tourism, Tealpolitik and Development in the South Pacific. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 123-142). New York: Wiley.
- LeBruto S. M. (1996). Legal Aspects of Tourism and Violence. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 297-310). New York: Wiley.
- Lehrman C. K. (1986). When Fact and Fantasy Collide: Crisis Management in the Travel Industry, *Public Relations Journal*, 42: 25-28.
- Mansfeld Y. (1992). From Motivation to Actual Travel, *Annals of Tourism Research*, 19 (3): 399-419.
- Mansfeld Y. (1996). Wars, Tourism and the "Middle East" Factor. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 265-278). New York: Wiley.
- Mansfeld Y. ve Kliot N. (1996). The Tourism Industry in the Partitioned Island of Cyprus. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues*, (ss. 187-202). New York: Wiley.
- Mayo E. J. (1973). Regional Images and Regional Travel Behavior. İçinde: *The Travel Research Association Fourth Annual Conference Proceedings* (ss. 211-218). Boulder: The University of Colorado Business Division.
- Mechitov A. I. ve Rebrik S. B. (1990). Studies of Risk and Safety Perception in USSR. İçinde: K. Borcherding, O. I. Larichev ve D. M. Messick (Editörler) *Contemporary Issues in Decision Making* (ss. 261-270). Amsterdam: Elsevier.

- Mihalic T. (1996). Tourism and Warfare. The Case of Slovenia. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 231-246). New York: Wiley.
- Murphy J. F. (1989). *State Support of International Terrorism*. San Francisco: Westview Press.
- Ni Aolain F. (1996). Where Hope and History Rhyme-Prospects for Peace in Northern Ireland?, *Journal of International Affairs*, 50 (1): 63-89.
- Norton G. (1987). *Tourism and International Terrorism*. The World Today, 43: 30-33.
- O'Neill M. A. ve Fitz F. (1996). Northern Ireland Tourism: What Chance Now?, *Tourism Management*, 17 (3): 161-163.
- Pelton R. Y. ve Aral C. (1995). *The World's Most Dangerous Places*. Redondo Beach CA: Fielding Worldwide.
- Pitts W. J. (1996). Uprising in Chiapas, Mexico: Zapata Lives: Tourism Falts. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 215-227). New York: Wiley.
- Pizam A. (1982). Tourism and Crime: Is There a Relationship? *Journal of Travel Research*, 20 (3): 7-10.
- Pizam A. ve Mansfeld Y. (1996). *Tourism, Crime and International Security Issues*. New York: Wiley.
- Poland J. M. (1988). *Understanding Terrorism*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Prideaux B. (1996). The Tourism Crime Cycle: A Beach Destination Case Study. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 59-75). New York: Wiley.
- Ranstorp M. (1996). Terrorism in the Name of Religion, *Journal of International Affairs*, 50 (1): 41-62.
- Reeves R. (1987). Thoughts on Terrorism, *Travel and Leisure*, 17: 64-66.
- Richter L. K. (1980). The Political Uses of Tourism: A Philippine Case Study, *The Journal of Developing Areas*, 14 (2): 237-257.
- Richter L. K. ve Waugh Jr W. L. (1983). Tourism Politics and Political Science: A Case of Not So Benign Neglect, *Annals of Tourism Research*, 10 (3): 313-315.
- Richter L. K. ve Waugh Jr W. L. (1986). Terrorism and Tourism as Logical Companions, *Tourism Management*, 7 (4): 230-238.
- Roehl W. S. and Fesenmaier D. R. (1992). Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis, *Journal of Travel Research*, 30 (4): 17-26.
- Ryan C. (1993). Crime, Violence, Terrorism and Tourism: An Accidental or Intrinsic Relationship?, *Tourism Management*, 14 (3): 173-183.
- Ryan C. ve Kinder R. (1996). The Deviant Tourist and the Crimogenic Place: the Case of the Tourist and the New England Prostitute. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 23-26). New York: Wiley.
- Schiebler S. A., Crotts J. C. ve Hollinger R. C. (1996). Florida Tourists' Vulnerability to Crime. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 37-50). New York: Wiley.
- Schlagheck D. M. (1988). *International Terrorism*. Lexington MA: Lexington Books.
- Schwartz R. D. (1991). Travelers under Fire: Tourists in the Tibetan Uprising, *Annals of Tourism Research*, 18 (4): 588-604.
- Scott R. (1988). Managing Crisis in Tourism: A Case Study of Fiji, *Travel and Tourism Analyst* (6): 57-71.
- Sharpley R. ve Sharpley J. (1995). Travel Advice: Security or Politics? İçinde: Security and Risks in Travel and Tourism, *Proceedings of the Talk at the Top Conference* (ss. 168-182). Ostersund: Mid-Sweden University.
- Skolnik R. (1991). *US Travel and Tourism Today*. Public Relations Journal 47: 16-21.
- Smith V. (1996). War and its Tourist Attractions. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 247-264). New York: Wiley.
- Sonmez S. F., Backman S. J. ve Allen L. R. (1994). *Managing Tourism Crises: A Guidebook*. Clemson, SC: Clemson University.
- Sonmez S. F. ve Graefe A. R. (1998). International Vacation Decisions and Terrorism Risk, *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 112-144.
- Sonmez S. F. ve Graefe A. R. (1996). Risk Perceptions of US International Vacation Travelers. İçinde: *Proceedings of the 27th Annual Travel and Tourism Research Association* (ss. 192-200). Las Vegas, Nevada. Boulder: The University of Colorado Business Division.
- Tarlow P. ve Muehsam M. (1996). Theoretical Aspects of Crime as They Impact the Tourism Industry. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 11-22). New York: Wiley.
- Teye V. B. (1986). Liberation Wars and Tourism Development in Africa: The Case of Zambia, *Annals of Tourism Research*, 13 (4): 589-608.
- Teye V. B. (1988). Coups d'Etat and African Tourism: A Study of Ghana, *Annals of Tourism Research*, 15 (3): 329-56
- The Economist. (1986a). *East, West, Home's Best*. The Economist, 300: 28.
- The Economist. (1986b). Europe Suffers From American Stayaways, *The Economist*, 299: 63-64.
- The Economist. (1990). Ambushing the Peace Bus. The Economist, 314: 41-42.
- Tiegen K. H. Brun W. ve Slavic P. (1988). Societal Risks as Seen by a Norwegian Public, *Journal of Behavioral Decision Making*, 1 (2): 111-130.
- Tremblay P. (1989). Pooling International Tourism in Western Europe, *Annals of Tourism Research*, 16 (4): 477-491.
- Urn, S. ve Crompton J. L. (1992). The Roles of Perceived Inhibitors and Facilitators in Pleasure Travel Destination Decisions, *Journal of Travel Research*, 30 (3): 18-25.
- US House of Representatives. (1991). *The Impact of the Threat of Terrorism and the Recession on the Travel and Tourism Industry*. Serial No. 102-6. Washington DC: US Government Printing Office.
- US Department of State. (1997). *Patterns of Global Terrorism: 1996*. Washington DC: US Department of State.
- US Department of State. (1996). *Patterns of Global Terrorism: 1995*. Washington DC: US Department of State.
- Vanraaij W. F. ve Francken D. A. (1984). Vacation Decisions, Activities, and Satisfactions, *Annals of Tourism Research*, 11 (1): 101-112.

- Wahab S. (1996). *Tourism and Terrorism: Synthesis of the Problem with Emphasis on Egypt*. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 175-186). New York: Wiley.
- Wahab S. (1995). *Terrorism: A Challenge to Tourism*. İçinde: *Security and Risks in Travel and Tourism, Proceedings of the Talk at the Top Conference* (ss. 84-108). Östersund: Mid-Sweden University.
- Wall G. (1996). *Terrorism and Tourism: An Overview and an Irish Example*. İçinde: A. Pizam ve Y. Mansfeld (Editörler) *Tourism, Crime and International Security Issues* (ss. 143- 158). New York: Wiley.
- Waugh Jr. W. L. (1990). *Terrorism and Emergency Management*. New York: Marcel Dekker.
- Weimann G. ve Winn C. (1994). *The Theater of Terror: Mass Media and International Terrorism*. White Plains NY: Longman.
- Wieviorka M. (1994). *The Making of Terrorism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Witt S. F. ve Moore S. A. (1992). *Promoting Tourism in the Face of Terrorism: The Role of Special Events in Northern Ireland*, *Journal of International Consumer Marketing*, 4 (3): 63-75.
- Woodside A. G. ve Lysonski A. (1989). *A General Model of Traveler Destination Choice*, *Journal of Travel Research*, 27 (4): 8-14.
- World Tourism Organization. (1991). *Impact of the Gulf Crisis on International Tourism. World Tourism Organization Special Report*. Madrid Spain: WTO.



Sevil F. SÖNMEZ

Halen Central Florida Üniversitesi Rosen College of Hospitality Management'da görev yapmaktadır. Disiplinler arası çalışmaktadır. Önceki çalışmaları, risk (terörizm, siyasi istikrarsızlık, krizler) ve turizm üzerine yoğunlaşmaktayken şimdilerde mesleki/boş zaman hareketliliğinin sağlık sonuçları ve turizm/konaklama endüstrisinde iş sağlığı konuları üzerinde çalışmalarını devam ettirmektedir. Çalışmaları önde gelen turizm ve sağlık dergilerinde yayımlanmış, ayrıca üç kitabın editörlüğünü yapmıştır.



Ayşegül ACAR

Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'ndan 2014 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği anabilim dalından (2016) almış olup, doktora derecesine de İstanbul Üniversitesi Turizm İşletmeciliğinde devam etmektedir. Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır.



Ozan ATSIZ

Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan 2014 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini İstanbul Üniversitesi Turizm İşletmeciliği anabilim dalından (2016) almış olup, doktora derecesine de İstanbul Üniversitesi Turizm İşletmeciliğinde devam etmektedir. İstanbul Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2015). Halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır.



Rekreasyon Alanında Kurumsallaşma Sürecinin Yeniden Değerlendirilmesi

Özkan TÜTÜNCÜDokuz Eylül Üniversitesi
Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu

GİRİŞ

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 2012 yılında yayınlamış olduğumuz "Rekreasyonda Kurumsallaşma ve Uzmanlaşma" adlı çalışmanın, hem aldığı atıflardan hem de uygulamadaki sonuçlarından dolayı dikkat çekici olduğu belirtilebilir (Tütüncü, Taş ve Kiremitçi 2012). Özellikle uygulamadaki sonuçlarını ve bu süreçte yaşananları, aradan beş yıl geçtikten sonra bir kez daha değerlendirmekte fayda bulunmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın temel amacı Türkiye'deki rekreasyon faaliyetlerinin kurumsallaşma sürecini belirleyebilmek ve aydınlatmaya çalışmaktır.

Üniversitelerimizde rekreasyon alanında çalışma yapan öğretim üyesi ve araştırmacı sayısının arttığı görülmektedir. Bu sonucu destekleyen en büyük gösterge "Rekreasyon Bölümleri"nin artık sadece Spor Bilimleri Fakültelerinde değil aynı zamanda Turizm Fakültelerinde "Rekreasyon Yönetimi" adı altında da faaliyete başlamış olmalarıdır. Spor Bilimleri ve Turizm Fakültelerinde Rekreasyon (Yönetimi) bölümlerinin sayısı arttığı gibi; Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümlerinde, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi ile Edebiyat Fakültesi (Beşeri ve İktisadi) Coğrafya Bölümlerinde, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Mimarlık Bölümlerinde, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm Rehberliği Bölümlerinde, Edebiyat Fakültesi Sosyoloji ve Psikoloji Bölümlerinde, Eğitim Fakültesi Resim-iş Bölümlerinde, Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Geleneksel Türk Sanatları Bölümlerinde, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümlerinde, Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümlerinde, Mühendislik Fakültesi Çevre Mühendisliği Bölüm-

lerinde, Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümlerinde, rekreasyon alanına yönelik metodolojik yeterliliği olan kapsamlı teorik ve uygulamalı çalışmalar yapılmaktadır. Adı geçen bölümler (ve hatta burada olmayan ancak bu alanda çalışma yapan diğer bölümler) incelendiğinde rekreasyonun çok disiplinli ve disiplinlerarası bir alan olduğu açıktır.

YÖNTEM

Çalışma yazarın kişisel deneyimlerinden yola çıkılarak ele alınmıştır. Bu kapsamda sadece bir kısmı ile yapılandırılmamış gözlem tekniğine dayandırılabilir. Diğer taraftan var olan süreçler, ortaya çıkan durumlar ile birlikte anlatı araştırması kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırmacı katılımcı gözlemci olarak öznel deneyim ve görüşlerini yansıttığından, bu çalışmadan hareketle nesnel bir değerlendirme yapabilmek veya genellemeye gitmek eksik ve yanlış sonuçlar doğurabilecektir. Bu nedenle, bu süreçte yer alan diğer önemli şahsiyetlerin biyografileri ve konuyla ilgili diğer kişilerin görüşleri alınarak durumun değerlendirilmesi, daha sağlıklı sonuçlara ulaşılmasına yardımcı olabilecektir.

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Nitel bir yöntem olarak gözleme dayalı anlatı çalışmasında var olan durum değerlendirilmektedir. Çalışmanın geçerlik ve güvenilirliği, farklı aşamalarda ele alınabilir. Geçerlik kapsamında farklı alanlardan elde edilen bilgiler, gerçekleştikleri dönemler çerçevesinde bir sırayla ele alınmış ve sunulmuştur. Ayrıca çalışmanın sonuçları açık ve anlaşılır bir yapıda sunulmaya çalışılmış ve bu sonuçların istenildiğinde herkes tarafından

ulaşılabilir olmasını sağlamak amacıyla kaynakları okuyucular ile paylaşılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın içsel geçerliliği ortaya konulabilir. Öte yandan çalışmanın öznel değerlendirmelere dayanmasından ötürü, dışsal geçerliği göz ardı edilmiştir.

Ülkemizde rekreasyon olarak bilimsel çatı altında ilk bölümleşme, Spor Bilimleri alanında olmuştur. Turizm bir boş zaman faaliyeti olarak değerlendirilebileceğinden, Turizm alanlarındaki rekreasyona yönelik bölümleşme de doğal bir sonuçtur. Bununla birlikte yukarıda belirtilen bölümlerde yer alan ve bu alanda çalışmalar gerçekleştiren kişilerin hep beraber bir çatı altında bir araya gelmesine yönelik faaliyetler 2012 yılında ilk filizini vermiştir. Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü ile Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin öncülüğünde Birinci Rekreasyon Araştırmaları Kongresi düzenlenmiş ve alanda disiplinlerarası çalışmaları buluşturan ilk rekreasyon kongresi olarak ülkemizde tarihe geçmiştir. Bu arada belirtmek gerekir ki Spor Bilimleri alanındaki rekreasyon bölümleri, bundan önceki tarihlerde bir araya gelerek müfredatlarına yönelik ortak hareket etmek amacıyla faaliyetler yürütmüşlerdir. İlk Rekreasyon Araştırmaları kongresinin en önemli yanı, yapılan faaliyetin sadece spor disiplini ile sınırlı kalmayıp, yukarıda adı geçen tüm alanları kapsayan çok disiplinli ve disiplinlerarası bir çalışma olmasıdır.

Kongreye katılan öğretim elemanlarının ortak aklı ile alanda bir sivil toplum örgütü kurarak, daha etkin bir yol izlemeye yönelik dernekleşme sürecine gidilmesine karar verilmiştir. Bu karar ilk yapılan kongrede gerçekleştirilen çalıştayda ele alınmış ve ardından Karadeniz Teknik Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü'nde bir toplantı yapılarak derneğin tüzüğü oluşturulmuş, nihayetinde başvuru aşamasına gelinmiştir. Derneğin tüzüğünde özellikle batı toplumlarındaki sivil toplum örgütlerinde olduğu gibi seçilen başkanın en fazla bir dönem görev yapması ve yerini seçimle gelen diğer bir kişiye bırakması oybirliği ile kabul edilmiştir. Dernek sürecinin takibi için ilk başkan adayı belirlenerek süreç başlatılmıştır. Bir süre

sonra dikkatli bir öğretim üyemizin yaptığı bir araştırma için gerçekleştirdiği gazete taramasında, ülkemizde rekreasyon alanında önceden bir derneğin kurulmuş olduğu ortaya çıkmış ve bu alanda çalışanlara bildirilmiştir. Bunun üzerine oluşturulacak yeni derneğin kurucu üye adayları olarak, önceden kurulmuş bu dernek ile iletişime girilmesi görevi ilk başkan adayına verilmiş ve mümkün ise bu dernek ile birleşme ve süreçleri ortak yürütme olanaklarının araştırılması istenmiştir. Başkan adayının verdiği bilgiler doğrultusunda, önceden kurulmuş olan bu derneğin akademik camia ile çalışma isteğinde olmadığı ve ayrı bir yapılanmanın daha uygun olacağı görüşü kurucu üye adayları ile paylaşılmıştır. Bununla birlikte kurucu üye adayları arasında yer alan üç üye, hızlı bir şekilde yeni bir dernek kurmak yerine, kurumsallaşmış var olan bu dernek ile daha derinlemesine bir görüşme yapılmasını önermişlerdir. Buna rağmen, özellikle spor bilimleri camiasından gelen diğer öğretim üyelerinin onayı ve oy çokluğu ile yeni bir Rekreasyon Çalışmaları Derneği kurulmuştur.

Bu fiili durumun hemen ardından ret oyu veren üç üye, ülkemizde kurulmuş olan ilk Rekreasyon Derneği ile telefon ile iletişime geçmişler ve yapılan tele konferansın ardından, olayın arka tarafında neler olduğunu öğrenmişlerdir. Kurulmuş olan Rekreasyon Derneği Başkanı Dr. Güngör Arıbal, kendilerinin bir öğretim üyesi tarafından arandığını, arayan bu öğretim üyesine Rekreasyon Derneği'nin kapılarının her zaman herkese açık olduğu gibi istenmesi halinde dernek başkanlığını akademik camiadan bir öğretim üyesine rahatlıkla bırakabileceklerini ifade etmiştir. Bununla birlikte bu süreç göz ardı edilerek, ikinci bir Rekreasyon Çalışmaları Derneği kurulmuştur. Bu sonucu iyi veya kötü olarak değerlendirmekten ziyade, bu vesileyle Türkiye'deki rekreasyon faaliyetlerinin geçmişi ile ilgili elde ettiğim bilgileri, Türkiye'de ilk kurulan Rekreasyon Derneği bazında sizlerle paylaşmak isterim.

Rekreasyon Derneği 1959 yılında Lerzan Bengisu Hanım ve 10 arkadaşı tarafından İstanbul'da kurulmuştur. Dünya'da rekreasyonun gelişmeye başladığı yıllarda, ülkemizde Rekreasyon Derneği'nin aynı anda kurulmuş olması, Cum-

huriyetin bir eseri olarak yorumlanabilir. Kuruluş yıllarındaki adı 'Rekreasyon Cemiyeti' olan dernek; ilk döneminde hem resim, heykel ve seramik gibi sanatın farklı dallarıyla ilgilenen hem de peyzaj, orman, coğrafya gibi doğa bilimlerinin farklı alanlarında çalışma yapan üyeleriyle çok sayıda sergiler açmış, konferanslar, şiir ve müzik dinletileri düzenlemiş, doğa yürüyüşleri ve alan gezileri organize etmiştir. Bahsi geçen faaliyetler incelendiğinde, derneğin o yıllarda dahi uygulamada ve alanda çok disiplinli ve disiplinlerarası çalışmalar yaptığı ortaya çıkmaktadır.

Derneğin ilk ve kurucu başkanı Lerzan Bengisu, Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu Resim ve Heykel Bölümü mezunu bir heykeltıraştır ve Cumhuriyet döneminin çağdaş Türk heykeltıraşları arasında yer almıştır. Kendi döneminde ulusal ve uluslararası birçok sergi açan Bengisu'nun, ulusal ve uluslararası madalyaları ve ödülleri bulunduğu gibi müze ve koleksiyonlarda eserleri yer almaktadır (Bengisu 2017). Lerzan Hanımın hayatı incelendiğinde, çok çarpıcı başka gerçeklere ulaşılmaktadır. Lerzan Hanım'ın eşi Ordinaryüs Profesör Naci Bengisu Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında trahomla savaş ve göz cerrahisi alanındaki çalışmalarıyla göz hastalıkları hekimliğine önemli katkılarda bulunmuş bir bilim insanıdır (Filozof.net 2017). Bu bilim insanını farklı kılan özellik ise Türkiye'de Körleri Kalkındırma ve Eğitim Derneği'ni kurmasındandır. Diğer bir ifade ile ülkemizdeki Rekreasyon Terapisi faaliyetlerinin öncülüğünü yapmıştır.

Bugün Taksim Gezi Parkı'nda bulunan 'Barış Heykeli' (1974) Lerzan Bengisu'nun eseridir (Bengisu, 2017). 1906 yılında doğan Lerzan Hanım, 1978 yılında hayata veda etmiştir.

Lerzan Bengisu Rekreasyon Derneği Başkanlığı görevini, 1974 yılında orman mühendisi olan Mehmet Ali Gökberk'e devretmiştir. Mehmet Ali Gökberk'in hayatı da rekreasyon alanında çalışma yapanlar için ayrı bir önem taşımaktadır. O zamanki adıyla Orman Mektebi'nden 1926 yılında mezun olan Gökberk, aynı yıl Azimkar Orman Dergisi'ni çıkarmıştır. Cumhuriyet döneminde doğa faaliyetleri ile rekreasyon ilişkisini kuran ve ormancılık alanında öncü olan bir dergiyi çıkarabilen önemli bir kişiliktir. 1937 yılın-

da orman kanununun çıkmasının ardından Orman Genel Müdürlüğü'nde, Eğitim ve Yayın sorumlusu olarak, ülkemizde doğa ve çevre bilincinin oluşması için önemli görevler yerine getirmiştir. Ağaç ve Orman Antoloji kitabını yazan Gökberk aynı zamanda Ege Üniversitesi'nde peyzaj ve ormancılık ile ilgili dersler vermiştir (TRTARSİV 2017). Bilimsel çalışmalarına ek olarak, bir resim sanatçısıdır.

Mehmet Ali Gökberk, spor medyasının önemli kişilerinden Bilgin Gökberk'in de babasıdır. Diğer bir ifade ile aile bireyleri sadece rekreasyonun orman ve çevre ile ilişkisini değil, rekreasyonun sanat ve spor kollarıyla da uğraşan bir ailenin mensuplarıdır. 1906 yılında doğan Mehmet Ali Gökberk, 2004 yılında hayata veda etmiştir.

Mehmet Ali Gökberk Rekreasyon Derneği Başkanlığı görevini, 1991 yılında seramik ve resim sanatçısı olan Dr. Güngör Arıbal'a devretmiştir. Dr. Arıbal ise 19 Ocak 2014'e kadar Dernek Başkanlığı 23 yıl boyunca başarı ile sürdürmüştür. Güngör Arıbal bir seramik ve resim sanatçısıdır.



Kaynak: Bengisu, 2017.



Kaynak: E-arşiv, 2017.

1974 yılında Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, Seramik Bölümünden mezun olan Arıbal, 1984 yılında Mimar Sinan Üniversitesi'nde Çini dalından mezun oldu. Kendisi sadece bir sanatçı değil aynı zamanda hümanizm üzerine doktora bulunan önemli bir kişidir. Yurt içinde ve dışında birçok sergi açmış olan Arıbal'ın, ülkemizin farklı şehirlerinde meydanları süsleyen seramik eserleri bulunmaktadır. Kendileriyle tanışma fırsatı bulduğum Arıbal, disiplinli ve üretken yönüyle yaşının çok ötesinde bir başkan olarak görevini icra etmiştir. Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu'nun 0-6 yaş başkanlığını da icra etmiş olan Dr. Arıbal, ilk kurucu başkan olan Lerzan Bengisu gibi rekreasyon terapisinin diğer öncül çalışmalarını devam ettirmiştir. Birçok ulusal ve uluslararası ödül ve madalyası bulunan dernek başkanı, aynı zamanda uluslararası saygınlığı olan sivil toplum örgütlerinde onur üyesi olarak yer almıştır (Lebriz 2017). 1934 yılında doğan Dr. Güngör Arıbal, 2016 yılında hayata veda etmiştir. Dr. Güngör Arıbal Rekreasyon Derneği Başkanlığı görevini, 2014 yılında Canan Doğruer'e devretmiştir. Canan Doğruer derneğin faaliyetlerini genişleterek sürdürmektedir.

Derneğin gerçekleştirdiği faaliyetleri algılayabilmek için tüzüğündeki kuruluş amacı incelenebilir. Dernek üyelerinin günlük uğraşlarının dışındaki boş zamanlarını değerlendirmek, güzel sanatların çeşitli bölümlerinde çalışarak yaratıcılıklarını ve yeteneklerini ortaya çıkarmalarını, sportif ve doğaya yönelik faaliyetlerde bulunarak ruh ve beden sağlıklarını korumalarını sağlama-

ya yardımcı olmak amacıyla kurulmuştur. Amaç incelendiğinde derneğin aslında disiplinlerarası bir faaliyet gösterdiği yine görülmektedir. Diğer bir ifade ile derneğin faaliyetleri sadece sanat çalışmalarını değil, aynı zamanda spor, turizm ve doğa faaliyetlerini de kapsamaktadır. Bugüne kadar gelen tüm başkanların çalışma alanları bunun göstergesi sayılabilir.

Dernek aktif rekreatif faaliyetlerinin yanı sıra, çeşitli sosyal sorumluluk projelerine de destek vermektedir. Akademisyen üyelerinin de uzmanlık alanları ile ilgili paneller, söyleşiler ve konferanslar düzenlemektedir. Eskişehir Han ilçesinde bir sanat köyü kurulmuştur. Burada restore edilen bir hamam müze amaçlı kullanıma açılmış, her yıl düzenlenen bir yemek festivali ile Anadolu'nun her yerinde rekreasyon faaliyetlerinin yapılabilmesi için öncülük edilmiştir. Dernek sadece 2016 yılında sosyal sorumluluk projeleri kapsamında OBİDER Otistik Çocuklar Derneği, hafif zihinsel engelli çocuklar için MEB Beykoz Özel Eğitim Mesleki Özel Eğitim Merkezi, Maltepe Huzur Evi Sakinleri ile İstanbul ve diğer illerde birçok faaliyet gerçekleştirmiştir. Derneğin faaliyetlerinin hepsini burada sıralamak mümkün değildir. Kurucu başkanlarının internette bulunan özgeçmişleri dahi incelendiğinde, derneğin üretkenliği ile ilgili bilgilere ve sonuçlara ulaşılabılır. 1959 yılından bugüne İstanbul'da faaliyet gösteren bu mütevazı derneğe <http://www.rekreasyonderneği.com.tr/> adresinden ulaşılabılır.



Kaynak: Rekreasyon Derneği, 2017.

SONUÇ

Ülkemizde rekreasyon alanında kurumsallaşmaya yönelik örgütlü ilk sivil toplum hareketinin, Rekreasyon Derneği'nin kurulmasıyla başladığı görülmektedir. Hem ilk kurulan bu dernek hem de akademik alandaki çalışmalar değerlendirildiğinde, alanda çok disiplinli ve disiplinlerarası çalışma yapma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte var olan sistem uzmanlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle rekreasyonun içinde özel alanlara yönelik yeni sivil toplum örgütlerinin kurulması da zaman içinde gerekli hale gelebilir. Ortak çalışma yaklaşımından uzaklaşmadığı sürece, ihtisaslaşmaya yönelik çabalar, alana önemli katkılar sağlayabilecektir. Bununla birlikte belirli kesimlerin "bu işi en iyi ben bilirim" yaklaşımıyla yeni oluşumlara yönelmesi, alana katkıdan ziyade zarar getirebilir. Rekreasyon Derneği bir çatı kurum olmanın bilincinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu çatı örgütün içinde, rekreasyona ilgi duyan her kesimden kişiler yer almaktadır. Her iki yılda bir düzenlenen Rekreasyon Araştırmaları Kongresi'nin dördüncüsü, 9-11 Kasım 2017 tarihinde Antalya'da gerçekleştirilecektir. Kongre bu alanda çalışan herkese açık olup, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Rekreasyon Derneği ve Dokuz Eylül Üniversitesi'nin işbirliğiyle icra edilecektir. Rekreasyonun farklı alanlarında çalışma yapanların birlikte düzenleyecekleri bu gibi faaliyetlerin artması alanı zenginleştircektir.

ÇALIŞMANIN KISITLARI

Rekreasyon alanındaki kurumsallaşma süreci, sadece burada ele alınanlar ile sınırlı değildir.

Örneğin ülkemizde milli parkların oluşması ve geliştirilmesi konusunda önemli çalışmalar yapan bir başka kişi de orman mühendisi olan Zekai Bayer'dir. Kendisiyle ilgili detaylı bilgiye Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin bu sayısında ulaşılabilir. Rekreasyonda önemli çalışmalar gerçekleştiren bu gibi kişilerin deneyimleri ve yaşam hikâyelerinin paylaşılmasıyla, alanın zenginliği daha doğru bir şekilde ortaya konulabilecektir.

KAYNAKÇA

- Bengisu, L. (2017). Lerzan Bengisu, <http://lerzambengisu.moonfruit.com/#>.
- E-arşiv (2017). Taha Toros ve Mehmet Ali Gökberk'e Ait Fotoğraf, <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/handle/11498/6943>.
- Filozof.net (2017). Naci Bengisu Kimdir, Kısaca Hayatı, Hakkında Bilgi, <http://www.filozof.net/Turkce/tarih/tarihi-kisilikler-sahsiyetler/40532-naci-bengisu-kimdir-kisaca-hayati-hakkinda-bilgi.html>.
- Lebriz (2017). Güngör Arıbal, <http://www.lebriz.com/pages/artist.aspx?artistID=117§ion=120&lang=TR&exhID=0&periodID=&pageNo=0&bhcp=1>.
- Rekreasyon Derneği (2017). 1959 Yaşam Sevinci, <http://www.rekreasyondernegi.com.tr/>.
- TRTARSİV (2017). Cumhuriyete Kanat Gerenler 16.Bölüm, Mehmet Ali Gökberk <http://www.trtarsiv.com/izle/122755/cumhuriyete-kanat-gerenler-16-bolum>.
- Tütüncü, Ö., Taş, İ. ve Kiremitçi, İ. (2012), Rekreasyonda Kurumsallaşma ve Uzmanlaşma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (1): 112-116.

Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü, İzmir
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

Türk Turizm Tarihinde Bir Büyük Usta: *Selahattin Çoruh*

Mehmet ÖZDEMİR

Emekli Öğretim Üyesi

GİRİŞ

Türk Turizm Tarihinin en renkli isimlerinden, şüphesiz en önde gelen kahramanlarından birisi de *Selahattin ÇORUH*'tur. O fevkalade renkli ve çok yönlü bir insandır. Bürokrat, teknokrat, propagandist ve halkla ilişkiler uzmanı, onlarca kitabın, sayısız makalenin yazarı, Türk turizminin ve turizm eğitiminin kurucularından, akademisyen... Bir "atom karınca" dır...

DUAYEN TURİZM UZMANI

Milliyet gazetesinin 20 Ocak 1987 tarihli sayısındaki ölüm haberinde kendisinden "emekli turizm uzmanı Selahattin ÇORUH" diye bahsedilmekteydi... "Emekli" kelimesini çıkartırsak galiba onu tanımlayan en sade sıfat budur. "Emekli" kelimesini çıkartmamın nedeni, ben kendisini 1984 yılının Ağustos ayı içinde tanıdım. "T.C. Turizm Bankası A.Ş.'nin Tarihçesi" üzerine uzun bir görüşme yaptık. Bu görüşmede *Türk Turizm Tarihi ve T.C. Turizm Bankası A.Ş.* tarihi hakkında çok geniş bilgi verdi. Güncel meseleleri de konuştuk. Hafızası son derece kuvvetli, olaylara vakıf, gündeme hâkimdi. Dolayısıyla "memuriyetten emekli" olmuştu ama hayattan kopmamıştı...

Selahattin ÇORUH 1903 yılında Hopa'da doğmuştur. Vefat ettiğinde (18 Ocak 1987) 84 yaşındaydı. Demek ki ilk görüşmemizin ardından vefatına kadar iki buçuk yıl geçmişti. Bu müddet içinde İstanbul Bostancı'daki evine birkaç kez daha gidip, görüş ve düşüncelerinden yararlanmıştık.

Selahattin ÇORUH, 1949 yılı içinde Başbakanlık Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesini kurmuş, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kuruluşuna kadar (1963 yılı) Turizm Dairesi Müdürü olarak görev yapmış, daha sonra Bakanlığın Turizm Uzman Müşaviri ve Eğitim Yetkilisi olarak 1968 yılında emekli olmuştur.

1970 yılı Şubat ayına kadar da *Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu* Turizm Grup Başkanı ve Öğretim Üyesi olarak çalışmıştır (1).

Selahattin ÇORUH'un Türk Turizmine, ülkemizde turizm hareketinin başlatılmasına bürokrat olarak ve mevzuat ile ilgili çalışmalarla büyük katkıları olmuştur. BÜLTEN'e Turizm Bankası'nın kuruluşunu da şöyle anlatmıştı (T.C. Turizm Bankası A.Ş. 1984):

Dünya'da Turizm Bankaları

"*Turizm Bankası'nın kuruluş çalışmalarına girmek için, bu tür banka kuruluşu meydana getirmiş olan bir iki Avrupa ülkesinden örnekler vermek, kısaca söz konusu etmek gerekiyor.*

Turizm Bankası kuruluşuna temel olacak girişim İsviçre'de olmuştur. Birinci Dünya Savaşı turist hareketlerini tümünden durdurmuş, turizm sanayii ve ticareti de çalışamaz olmuştu. Üstelik vergiler, işletmelerden doğan zorunlu harcamalar, ağır borçlanmalara neden olmuştu. Başta konaklama sanayii olmak üzere çok fena bir duruma düşülmüştü.

İsviçre Hükümeti; turizm endüstrisine, özellikle konaklama sanayiine yardım için Otel Kredisi Müessesesini kurdu.

Avrupa'da ikinci olarak "Otel Kredi Müessesesi" adıyla Turizm Bankası'na temel kuruluş Fransa'da oldu.

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra "Otelciler Bankası" adıyla kurulmuş olan bu Banka, İsviçre'deki gibi otellerin ağır borçlara girmeleri ve gelirlerinin çok düşüklüğü dolayısıyla kurulmuştu. Fakat asıl sebep, savaş yılları sonunda turist hareketlerinin birden yoğunlaşması, Fransa'ya turist akınlarının fazlaşması idi. Turizm Endüstrisinde, özellikle otelcilikte ve bütünüyle konaklama sanayiinde büyük gelişmeler sağlanması için 1923'te "Fransa Otelcilik Bankası" kuruldu.

İsviçre ve Fransa'da olan bu gelişmelerden İtalya da örneklendi. 1935 yılında bir banka kuruldu.

Aynı yıl, Yunanistan'da "Turistik Otelciler Birliği" teşebbüsüyle bir kuruluş oluşturuldu."

Türkiye'de "Turizm Bankası"na Doğru

"1947 yılında Büyük Millet Meclisi'ne sunulan ve reddedilen "Milli Turizm İdaresi Kanun Tasarısı"nın Karma Turizm Komisyonunda müzakeresinde "Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü" adına "Turizm" sözcüğü de eklenerek, 1949 Haziran ayında yürürlüğe giren yeni bir teşkilat kanunuyla kurulmuş olan "Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü" Turizm Dairesi'nce "Turizm Endüstrisini Teşvik ve Turizm Kredisi Kanun Tasarısı" hazırlandı. Bu tasarrın hazırlanmasında, uygulamadan kaldırılmış olan "Sanayi Teşvik Kanunu" ile İtalyan turizm mevzuatından yararlanılmıştı. Geniş gerekçesiyle 35 maddelik olan tasarı, görüşleri ve tenkitleri alınmak üzere, usulen bütün Bakanlıklara ve ilgili kuruluşlara sunulmuştu. Her yerden olumlu, düzenleyici karşılıklar alındığı halde, Maliye Bakanlığı'ndan uzun bir müddet cevap alınamamıştı.

Maliye Bakanlığı'nca Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün dolaylı olarak asıl Turizm Dairesi'nin haberi olmadan, Kanun 7-8 maddeye indirilmiş ve adı da "Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu" olarak değiştirilmiş, Bakanlar Kurulu'ndan geçirilerek, Büyük Millet Meclisi'ne sunulmuştu.

Turizm Karma Komisyonunda itiraz etmemize rağmen, müzakeresi yapılarak, Meclis Umumi Heyetine sunuldu, kabul edilerek yürürlüğe kondu. Turizm hiçbir yarar sağlanamadı.

1950 seçimlerinden sonra "Turizm Endüstrisini Teşvik Kanun Tasarısı" yeniden ele alındı. Yeni tasarıda her yıl en az beş milyon Türk Lirası yatırılmak suretiyle 50 milyon liralık bir Turizm Kredisi Fonu kurulması maddelendirilmişti. Maliye Bakanlığı'nca yatırım, yılda bir milyona indirildi.

Bu görüş ve anlayış karşısında bir turizm kredi müessesesi ya da bir Turizm Bankası kuruluşu önermek değil, akla bile getirilemezdi, diyebilirim.

1954 yılında, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün, Başbakanlık adına bağlı olduğu Devlet Bakanlığı'na Dr. Mükerrerem Sarol getirilmişti. Sayın Sarol "on milyon lira sermayeli, anonim şirket olarak bir Turizm Bankası'nın kurulması ve bu kuruluşun şeklini, görevini ve yetkilerini, çalışma sınırlarını belirten bir rapor hazırlanmasını benden istedi."

Selahattin ÇORUH ve "Türkiye Turizm Bankası"

"O zamanın para değerine göre on milyon lirayı biraz uygun bir sermaye olarak karşıladım. Fakat işi inceleyince, yeterli bulmadım. Hazırladığım raporda; on milyon lira sermayeli anonim şirket şeklinde ya da devlet bankası olarak bir Turizm Bankasının kurulmasının iyi sonuç veremeyeceğini açıkladıktan sonra, İller Bankasında bir turizm kısmının ihdas edilmesinin faydalarını belirttim. Çünkü İller Bankası çeşitli servisleri olduğu gibi, köyden şehre kadar bütün yurtta görevli bir banka olarak faaliyette bulunuyordu. On milyon liralık sermayenin, çeşitli servisler ihdas edilmesi zorunlu olan işletme, mimarlık, elektrik, su, inşaat ve cihazlandırma gibi servislerde görev alacak uzmanların, memurların maaş, ücret ve diğer harcamalar karşısında eriyip yok olacağını ve bir iş görülemeyeceğini açıkladım. Bu on milyon liralık sermayenin, 6086 Sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu ile İller Bankasında turizm sanayii için elli milyon lira olarak ihdas edilmek istenen "Turizm Kredisi Fonu"na ilavesini tavsiye ettim.

Raporum dikkate alınmadı. Bir gün Ziraat Bankası Umum Müdürlüğüne çağırıldım. Ziraat Bankası Umum Müdürü Mithat Dülge'nin hazırladığı biçimde, Ziraat Bankası'ndan faizle alınacak on milyon liralık sermaye ile Türkiye Turizm Bankası kuruldu.

1958 yılına kadar Banka tam anlamıyla hizmet veremedi. 1958 yılında tecrübeli, bilgili eski bankacılardan Hamit Pekcan Genel Müdürlüğe getirildi. Hamit Pekcan'ın ilk işi, bankayı bir devlet bankası kuruluşuna kavuşturmaya çalışmak oldu.

O zamanki Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü ile ilgili Devlet Bakanı Server Somuncuoğlu'ndan, Hamit Pekcan, Turizm Bankası Kanun Taslağının hazırlama çalışmalarında, benim de bulunmamı istemesi üzerine, İstanbul'da Banka binasında çalışmalara katılmıştım. Bankanın İtalyan (C.I.T.) kuruluşu gibi bir kuruluş haline gelmesi için çaba harcadım.

T.C. Turizm Bankası A.Ş.

7470 Sayılı Kanun olarak kabul edilen Turizm Bankası'nın esas mukavelesi Bakanlar Kurulundan geçirilmeden, Demokrat Parti iktidarına son verilmişti. Askeri İdare, Bankanın tamamen tasfiye edileceğini haber alınca, o zamanki Basın-Yayın ve Turizm Bakanı olan Zühtü Tarhan Bey'e; Ban-

kanın tasfiye edilmesinin doğru olmadığını; Ziraat Bankası'ndan ve diğer yerlerden alınan paralarla halen 60-70 milyon liralık tesislere, gayri menkullere ve işletmelere sahip bir bankanın tasfiyesi anında, rantabl olmayan tesislerin, binaların değerinin çok düşük olacağını, hatta bu tesisleri kimsenin almayacağını açıkladım. Anonim şirket şeklindeki (**Türkiye Turizm Bankası**)nın kabul edilen Kanuna göre, süratle Devlet Bankası olarak faaliyete geçmesinin memleket turizmi bakımından çok lüzumlu olduğunu, yeni çalışmalara başlanması ve yeni kuruluşlar meydana getirilmesiyle, her şeyin düzeleceğini açıklayarak, ısrarla mesele üzerinde durdum.

Bakan; eski Bankanın tasfiye edilmemesinin; yeni bir Devlet Bankası olarak kuruluşunun tamamlanıp faaliyete geçirilmesinin lüzum ve ehemmiyetini açıklayan bir rapor istedi.

Raporunda;

Uzunca ve ayrıntılı bir şekilde; Türk Turizm Davası için Bankanın kuruluşunun tamamlanmasının savunmasını yaptım.

Bakan tarafından, Bakanlar Kurulunda okunup, izahlar yapılmıca, 22.7.1960 günü olumlu karar alındı. Bankanın esas mukavelesi, Bakanlar Kurulundan geçirilerek **T.C. Turizm Bankası A.Ş.** kuruldu ve daha sonra Genel Müdürlük Ankara'ya taşındı.

O görüşmemizde **Selahattin ÇORUH**, tüm beyefendiliğiyle sözlerini şöyle tamamlamıştı:

"Son sözüm:

İlmi bir biçimde ülke bütününde planlı, programlı olarak Türk Turizmine yön veren, büyük yararlar sağlayan eski ve yeni Banka Genel Müdürle-

rine ve yine eski ve yeni uzmanlara, bütünüyle bölüm başkanlarına, çalışan değerlere, emekli bir turizmciler olarak içten gelen saygılarımı belirtmektir.

Bugün, Türk Turizmını yöneten sizlerin, eski turizmcilere gösterdiğiniz bu değerli ilgi ve kadirşinaslık, beni onurlandırdı ve çok duygulandırdım..."

TURİZM EĞİTİMCİSİ VE AKADEMİSYEN

Selahattin ÇORUH bürokrat, idareci, uzman olarak uzun seneler Türk Turizmine hizmetlerinin yanı sıra, eğitimci ve çok verimli bir Turizm akademisyeni ve yazar olarak da hizmetlerini sürdürmüştür.

Turizm çalışmalarından önceki yayımlanmış eserleri aşağıdaki listede ve Tablo 1'de yer alıyor:

1. *Aritmetik Öğretimi*, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1946.
2. *Sümer Kahramanı Engidu*, Akba Kitabevi, 1946.
3. *Ankara'dan Rize'ye*, Doğu Matbaası, 1948.
4. *Okullarda Dramatizasyon*, Işıl Matbaası, 1950 (Çoruh 1969)

Envanter Çalışmaları

Selahattin ÇORUH'un Turizm Dairesi Müdürlüğü zamanında başardığı pek çok önemli işten biri de Türkiye'nin önemli Turizm Bölgelerinin envanterini yapma çalışmalarıdır. Bunlardan biri de Ege Bölgemizde *Aydın ve Denizli İllerimizin turizm bakımından gelişmeye elverişli yönlerinin incelemesini yapmaktır.* "*Aydın ve Denizli'nin Turizm Meseleleri 1957*" başlıklı kitabının başlangıcında çalışma raporunu aşağıdaki gibi takdim ediyor (Çoruh 1957):

T.C.
BAŞVEKALET
Basın-Yayın ve Turizm Umum Md.
Turizm Dairesi

Ankara: 25.4.1957

UMUM MÜDÜRLÜK MAKAMINA

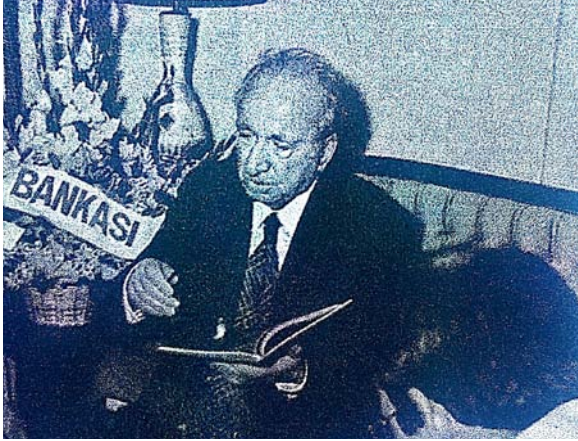
Devlet Vekili Sayın Celâl Yardımcı'nın emirleri üzerine Maarif Vekâleti Eski Eserler ve Müzeler Umum Müdürlüğü, Beden Terbiyesi Umum Müdürlüğü, Nafia Vekâleti Karayolları Umum Müdürlüğü, Devlet Su İşleri Umum Müdürlüğü ile Umum Müdürlüğümüz mütehasıs elemanlarından müteşekkil heyet 4.11.Mart.1957 tarihleri arasında Aydın, Denizli vilâyetleri dâhilinde turizm bakımından inkişafa müsait sahalarda tetkikler yapmış, Didyma plajı için daha önce Nafia Vekâleti emriyle hazırlanmış olan imar projesi ile tesislere ait planların mahallinde tatbiki hususunu incelemiş, yer yer idarecilerin ve halkın arzu ve ihtiyaçlarını tespit etmiş ve gerekli çalışmaları yapmıştır.

Bu heyete Umum Müdürlüğümüz adına katılarak çalışmalara riyaset etmiş olduğumdan, bütün bu faaliyetleri toplu bir halde ifadelendiren raporun ilişikte sunulduğunu, ayrıca heyet üyelerinden Yüksek Mimar Adli Yener, Yük. Mimar Lütfü Niltuna, Necati Tanju ve Arkeolog Ahmet Dönmez'in kendi sâhalarını ilgilendiren mevzulardaki mütalâa ve raporlarının da ek olarak takdim edildiğini saygılarımla arz ederim.

Turizm Dairesi Müdürü
Selahattin ÇORUH

Tablo 1. Turizm Alanında Yayınlanmış Eserleri

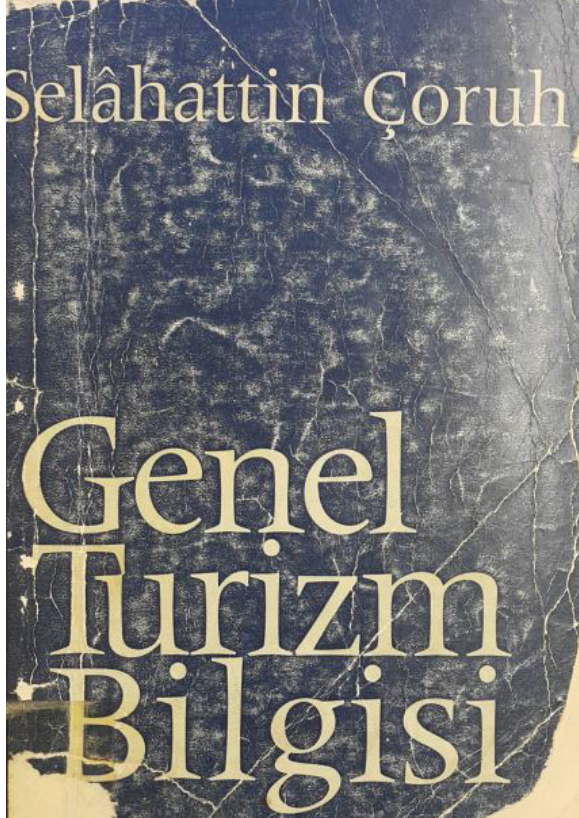
Sıra no	Eser adı	Yayın yılı	Yayınlayan	Sayfa sayısı
1	Turizm ve Türkiye Turizmi cilt:1	1952	Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü	248
2	Herkes İçin Turizm Bilgisi	1954	Doğuş Matbaası	192
3	Turizm Bakımından Memleket Etüdleri	1955	Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü	183
4	Bursa'nın Turizm Meseleleri	1956	Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü	107
5	Aydın ve Denizli'nin Turizm Meseleleri	1957	Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü	98
6	Erzurum'un Turizm Meseleleri	1957	Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü	36
7	Turizm ve Propaganda	1958	Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu	48
8	Belediyeler ve Turizm	1959	Türk Belediyecilik Derneği No:11	164
9	Turizm Bilgi ve Terbiyesi	1960	Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu	48
10	Ekonomik Dayanağımız Turizm	1962	İstanbul-Ankara Turistik Otel, Lokanta ve Emsali İşverenler Sendikası	144
11	Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz	1963	Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği	414
12	Garsonun Temel Kitabı	1965	Arkın Kitabevi	64
13	Türkiye'de Turizm (Milli Güvenlik Akademisinde Verilen Konferans)	1965	Turizm ve Tanıtma Bakanlığı	46
14	Genel Turizm Bilgisi	1967	Güven Matbaası	272
15	Propaganda-Reklam-Halkla İlişkiler	1967	Güven Matbaası	148
16	Turizm Ekonomisi	1970	Güven Matbaası	70
17	Turizm Sanayii ve Ticareti Alanında Çalışanlara-Çalıştırcılara Çağrı	1970	Ankara Turistik Otel-Lokanta ve Eğlence Yerleri İşverenler Sendikası	46
18	Sosyal Turizm-İşçi Turizmi	1971	Türkiye OLEYİS Sendikası	74
19	Resmi Turizm Kuruluşumuza Yeni Bir Şekil Vermek Zorundayız	1971	Ankara Turistik Otel-Lokanta ve Eğlence Yerleri İşverenler Sendikası	36
20	Turizm Çalışanlarımızın Geçmiş Günleri	1974	Güven Matbaası	188



Fotoğraf-1: Selâhattin Çoruh

Komisyonca turizm konusunda tespit edilen hususlar şunlardı:

1. Topyatağı yolunun asfaltlanması,
2. Paşayaylası yolunun asfaltlanması,
3. Priene, Miletos, Didyma, Karakuyu yolunun asfaltlanması,
4. Didyma plajı yerinde:



- a. Umumi tesislerin, konaklama yerlerinin tespiti ve sportif hareketler için yer ayrılması,
- b. İnşa edilecek ev tiplerinin seçilmesi,
- c. İnşa tarzının tespiti.

5. Aydın'da bir müze kurulması,

6. Karakuyu, Paşayaylası, Madran yaylalarının turistik bölge haline getirilmesi,

7. Alangüllü, Gümüş, Ortaklar kaplıcalarının iptidai halden kurtarılmasına imkân sağlanması. Kaplıcaların ıslahı. İç turizmin geliştirilmesi için Hususi İdareye, Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununun 30. maddesiyle tesis edilen kredi fonundan temini,

8. Didyma, Paşayaylası, Madran bölgelerinde turistik otel inşası,

9. Dünyanın alâkasını çekecek olan Didyma, Miletos, Priene tarihi şehir harabelerinin restore edilmesi,

10. Nysa, Afrodisias ve diğer tarihi şehir harabelerinde ilmi kazılar yaptırılması...

Bundan 60 yıl önce yapılan çalışmalar sonrası, turizmimizin bugünüyle kıyaslanması ilginçtir...

Eğitim Gönüllüsü

Yazımızın girişinde *Selâhattin ÇORUH*'un emekli olduktan sonra 1968-1970 yılları arasında *Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu*'nda Turizm Grup Başkanı ve Öğretim Üyesi olarak çalıştığından bahsetmiştik. Çoruh'un bu okulun kurulmasında ve özellikle Turizm konusunda ders verecek öğretmenlerin yetişmesinde de büyük rolü olmuştur. Çoruh'un bir başka çok önemli başarısı da "*Turizm Dersleri*"nin müfredatta girmesinin sağlanması ve lise son sınıfta okutulmasının temini konusundadır. *Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Dairesi*'nin 22.8.1979 Tarih ve 164 numaralı kararıyla orta öğretim kurumlarının son sınıflarına zorunlu ders olarak okutulması kararlaştırılan Turizm Dersi'nin müfredatını da o tespit etmiştir. Bu müfredata uygun olarak Lise 3. sınıflar için *TURİZM DERSİ* kitabını da o yazmıştır.

Çoruh'un bu eseri, Üniversite ve Yüksekokullarda okuyan öğrencilerimiz ve turizme ilgi duyanlarımız için ciddi ve kapsamlı bir kaynak kitaptır.



İnkılâp ve Aka Basımevi'nce İstanbul 1983'te yayınlanan kitabının ön sözünde rahmetli şöyle yazmaktadır (Çoruh 1983):

“Başbakanlık Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesi'ni kurmak üzere görevlendirildiğim 1949 yılından bu yana, yetişmekte olan kuşakların, ilkokullardan başlayarak, okutulan derslerdeki ilgili konulardan yararlanarak, okullar yolu ile turizm davamızda iyi görüş kazanmalarını ve bilgilendirilmelerini, özellikle öğretmen okullarıyla, liselerin son sınıflarında yepyeni bir bilim dalı olan turizm dersi okutulmasını çok istemiştim. Bunun için Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara Üniversitesi, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesi yetkililerinden kurulu (Okullarda Turizm Bilgisi ve Terbiyesi Komisyonu) kurulmasını sağlamıştım. Komisyon 4.3.1952-6.6.1952 tarihleri arasında toplantılar yaparak, gerekli gördüğü temel sorunları saptamış ve bunların ders müfredatlarıyla ilişkilerini belirtmek için bazı prensiplerde uyum sağlamıştı.

Bu kez, Liselerin son sınıflarında okutulmak üzere Talim ve Terbiye Dairesi'nce hazırlanmış yeni ders müfredatını sevinçle karşıladım. Bu dersin kitabını yaz-

mayı kendime görev saydım...” (Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu: 1960)

On iki bölümden oluşan kitapta:

- i. Turizm Bilgisi,
- ii. Turizm Olayı ve Önemi,
- iii. Turizmin Tarihsel Gelişmesi,
- iv. Dünya Turizmi,
- v. İnsanları Turizme Yönelten Nedenler ve Bunlara Dayalı Olan Turizm Etkinlikleri,
- vi. Turizmin Çeşitleri,
- vii. Turizmin İlişkide Bulunduğu Alanlar,
- viii. Turistik İstem (Talep),
- ix. Turistik Sunum,
- x. Turizmin Yurt Kalkınmasındaki Etkisi,
- xi. Turizmin Ülkemiz Ekonomisindeki Yeri,
- xii. Ülkemizde Kısmi Turizm Örgütleri

alt kısımlarıyla birlikte *TURİZM* ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir...

Çoruh kitabının sonunda Başbakanlığa bağlı, önemli yetkilerle kuvvetlendirilmiş bir "Turizm Müsteşarlığı" kurulmasını önermektedir. Bu örgüt Bakanlıklar üstü olacaktır.

Selahattin ÇORUH yalnız Örgün Eğitim için değil, meslek eğitimi için de kitaplar kaleme almıştır. Bunlardan biri de "Garsonun Temel Kitabı"dır. Bu küçük kitap bir cep kitabı büyüklüğünde ve çok miktarda basılmıştır. Turizm endüstrisinin her kolunda iş almış ve iş vermiş olanların okumaları gereken bir temel kitap niteliğindedir. Kendisine göre bu tip kitaplar cebe konan, fırsat buldukça okuyup ezberlenecek kitaplardır. Bu meslek kitaplarının artırılması gerekir. Bu kitapla garson mesleğini öğrenecek, patron ya da işveren hizmeti ve çalışma şekillerini öğrenecek verimli iş çıkartacaktır. Bu kitapların bir özelliği de çok ucuz olmasıdır (Çoruh 1965).

Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz: 1963

Turizmle ilgili 20'den fazla kitap yayınlamış olan Selahattin ÇORUH'un bence en önemli ve kapsamlı eseri ODALAR BİRLİĞİ (Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği) için hazırladığı "Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz" başlıklı kitaptır. Bu büyük boy, BİRLİK (Odalar Birliği) Matbaasında günün şartları içerisinde çok güzel basılmış kitap, küçük punto 402 sayfadır. Bu ABİDE ESER'in en önemli özelliği BİRLİĞİN tüm teşkilatına ÜCRETSİZ dağıtıldığı gibi, tüm devlet aygıtına, başta TBMM olmak üzere gönderilmiş olmasıdır (Ben kitabı rahmetli Sadettin BİLGİÇ'in kütüphanesinden aldım).

Kitapta yazarın ismi geçmemektedir (Ancak yazar, eserlerinin listesinde kitabın ismini ve künyesini koymuştur). "Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları" imzasıyla verilen "ÖNSÖZ" de "Türkiye Odalar Birliği bu maksatla memleketimizde uzun yıllar bu işlerin içinde bulunmuş bir mütehassıs tarafından hazırlanmış olan TURİZM BİLGİSİ VE TURİZM MESELELERİMİZ adlı bu kitabı, kendi yayınları arasında almıştır" denmektedir.

Bu ÖNSÖZ de devrin anlayışını (kitabın yayın tarihi 21 Ekim 1963), bilinç düzeyini belirtmesi açısından son derece ilgi çekicidir. Sanırım ya bizzat Selahattin ÇORUH tarafından yazılmıştır

veya ÇORUH bu ÖNSÖZ'e katkıda bulunmuştur (Bürokraside adet böyledir!).

ÖNSÖZ'de Turizmin kısa zamanda dünyada en yaygın şekilde gelişen bir sanayi kolu olduğu vurgulanmaktadır. "Klasik imalat sanayii geniş rekabet karşısında maliyetini düşürmek, verimini artırmak için büyük işletmelerde toplanırken; turizm sanayii, aksine şehirlerde olduğu kadar, dağlarda, sahillerde, göl ve yol kenarlarında yerleşmekte, hizmetlerini köylere, evlere kadar uzanarak, hatta fertler vasıtasıyla arz etmektedir..."

Yazıda Turizm Sanayiini vaktinde geliştirmiş memleketlerde, bu faaliyet kolunun milli gelire ve ödemeler dengesine sağladığı büyük faydalar anlatılmaktadır. Bu konuda bütün milletlerin gözünü açtığı, Demirperde ülkelerinde bile sıkı sıkıya kapalı kapıların son yıllarda turizm için aralandığı belirtilmektedir.

Yazı ekonomiden sosyolojiye uzanarak şöyle devam etmektedir: "Turizmin sağladığı ekonomik faydaların yanı başında; milletleri birbirine gittikçe tanıtmak suretiyle, dünya sulhuna olacak hizmetlerini; az gelişmiş ülkeler halklarının kültür ve sanat seviyelerini yükseltmede yararlarını da belirtmek yerinde olacaktır."



Kitabın yayınlanması amacı daha da somut olarak şöyle dile getirilmektedir:

“...Turizm sanayiinin diğer bir özelliği de, genel olarak, özel sektörün faaliyet ve teşebbüs alanı olmasıdır. Turizmin memleketimiz için ekonomik ve sosyal önemi artık anlaşılmıştır.

“...Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’ımızda, turizm gelirlerinin önümüzdeki yıllarda gelişmesi hızının, ihracatımızın artış hızına göre sekiz misli olacağı hesaplanmıştır. Bunun gerçekleşmesi için Kalkınma Planı’nın öngördüğü tedbirler arasında “şehir ve kasabalarda, turizm ile ilgili kurum ve kuruluşların katılacağı birer Turizm Geliştirme Kurulu’nun kurulması da” vardır.

Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, özel sektörün bir üst teşekkülü olarak, yine özel sektör mensuplarının teşebbüsü ile kurulmuş ve kurulacak olan Turizmi Geliştirme Kurullarına büyük ilgi duymaktadır. Birçok yerlerde Ticaret ve Sanayi Odalarımızın ön ayak olmasıyla kurulacak olan bu kurullarda vazife alacak olanlara ışık tutmayı ve fikri yardımda bulunmayı da kendisine borç bilmektedir...”

1963 yılının aynı zamanda “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı”nın kuruluş yılı olduğu da hatırlanır, Devletin ve Özel Sektörün bir “Turizm Hamlesi” için uyum içerisine girdikleri düşünülebilir.

“ÖNSÖZ” şöyle devam ediyor:

“Türkiye Odalar Birliği bu maksatla, memleketimizde uzun yıllar bu işlerin içinde bulunmuş bir müteahhas tarafından hazırlanmış olan:

TURİZM BİLGİSİ VE TURİZM MESELELERİMİZ
Adlı bu kitabı, kendi yayınları arasına almıştır.

Kitap, müteakip sahifelerindeki fihristinden de görüleceği gibi turizm terimini, 27 fasılda, bütün veçheleriyle ele almaktadır. Sonundaki bibliyografya listesi ve kitapta geçen bütün konuların alfabetik sıraya göre indeksi, bu eserden faydalanmak isteyenlere hem derinleşmek imkânını, hem de kolaylıklar arz etmektedir.

Milletlerin refahı arttıkça, iç ve dış turizmin önümüzdeki yıllar boyunca, bugünkü ölçülerimize göre akıllara hayret verecek derecede gelişip yayılacağı hususunda kimsenin şüphesi yoktur. Yurttaşlarımızın ve camiamız mensuplarının Türkiye’nin turizm davasında yüklenecikleri görevleri bilerek ve inanarak yapabilmelerinde bu kitabın da bir yardımı olursa, maksadına ulaşılmış olacaktır...(Çoruh 1963).”

Turizm ve Sorunlarımız

Yukarıda da değinildiği gibi, kitap o tarihe kadar rastlanmamış, o tarihten sonra da pek bu ölçüde ele alınmamış şekilde *Turizm Olayını Dünyada ve Türkiye’de* incelemektedir.

Genel olarak turizm olay/olgusu incelenirken; “Türkiye’nin Turizm İmkânları” değerlendirilmekte, bunların nasıl “dünyanın sayılı turizm ülkelerinden biri olabilmek için” hayata geçirilebileceğini tartışılmaktadır.

Kitapta adeta bir Turizm Fakültesinde okutulan derslerin, tümünden daha fazlası işlenmektedir.

Kitapta yer alan bölüm başlıkları şunlardır:

GİRİŞ: TURİZMİN GELİŞMESİ

- i. Turizmin Endüstrideki Yeri ve Ehemmiyeti
- ii. Görünmeyen İhracat Turizm
- iii. Turizm Endüstrisi: Turizm Bir Ana Endüstridir
- iv. Turizm Ticareti, Turizm Tüccarları





- v. Turist Tercüman ve Rehberleri
- vi. Turizmde Ödeme Şekilleri
- vii. Turizm Endüstrisinde Sermaye ve Kredi
- viii. Turizm Endüstrisinin Teşvik ve Himayesi
- ix. Turizm Meslek ve Teknik Öğretimi
- x. Turizmde Teşkilatlanmalar
- xi. Turizm Polisi ve Zabıtası
- xii. Belediyelerin Turizm Hizmetleri ve Görevleri
- xiii. Türk Belediyecilik Kongresinde Turizm
- xiv. Turizm Davamız: Ticaret ve Sanayi Odaları
- xv. Turizm İstatistikleri
- xvi. Kültür ve Tabii Cazibelerin Turizm Bakımından Değerlendirilmesi
- xvii. Sosyal Turizm
- xviii. Gençlik ve Öğrenci Turizmi
- xix. Turistik Hareketleri Sağlayan Tezahürler
- xx. Turizmin Gelişmesini Sağlayıcı Tedbirler
- xxi. Turizmde Gelişme Planlaması
- xxii. Turizm İmkanlarımız
- xxiii. İktisadi Durumumuz ve Turizm
- xxiv. Turizm Davamızın Tahakkuku İçin Yapılan Çalışmalar



- xxv. Turizmde Özel Sektörün İstek ve Temennileri
- xxvi. Turizm Propagandamız İçin Yeni Bir Kuruluş İster
- xxvii. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Hakkında Ekler Kısmında:
 1. Turizmin İşbirliği Nizamnamesi
 2. Türkiye Turizminin Kalkınması Hakkında Bakanlıklar Arası Komisyon Teklifi
 3. Turizm Bakanlığı Kuruluş Kanun Taslağı
 4. Türkiye Turizm Propaganda Kurumu Kuruluş Kanun Taslağı

SONUÇ

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Turizm Endüstrisi hızla gelişmeye başladı...

Birinci Dünya Savaşı'na kadar gelişen turizm hareketleri, savaş yüzünden birkaç yıl duraklamış-

ti. Bu duraklama, adeta insanların daha geniş ve yoğun hareketlerine ve seyahatlerine neden olacak psikolojik etkiler yarattı.

Savaş meydanlarında dövüşen milletlerin, birbirlerini yakından tanımak, harp sahalarını görmek, o zor yılların engel olduğu gezme, görme, eğlenme şevklerini tatmin etmek arzuları kuvvet buldu.

Harp yıllarında daha da gelişen teknoloji, ulaştırma sektöründeki yenilikler ve ilerlemeler hızla gelişti, özellikle yolcu uçak ve gemilerinde seyahat edenlerin sayısı çoğaldı. Hız ve güvenilirlik arttı. Amerika'dan sonra Avrupa'da da uygulamaya başlayan kredi ile taksitle seyahat gibi kolaylıklar turizm hareketlerine katılımların da çoğalmasına sebep oldu.

Teknoloji ve Bankacılık hizmetleri, turizm kredileri, yatak sayısını da artırdı...

Bütün bu gelişmeler ülkemize de yansdı. İktidarlar özellikle turizm imkânları açısından çok zengin olan Türkiye'nin turizmden hak ettiği geliri elde etmesi için arayışlara girdiler.

Selahattin ÇORUH böyle bir dönemde *Turizm Bürokrasisi* içerisinde üst düzey görevler yaptı. Ancak, bu işin idareciliğinin yanında bilim yönünde de hizmet etti. Çok yönlü, çok renkli kişiliğiyle de 20'den fazla kitap yazdı... *Turizm eğitimine*; orta öğretim, yükseköğretim, meslek öğrenimi... Büyük katkılarda bulundu... *Daha ne yapılılabildi ki?* Bu yazı, bir küçük dev adamın yaptıklarının "giriş" kısmının ancak birkaç satırıdır. Türk Turizm Tarihi'nde büyük bir usta olan Selahattin ÇORUH'un (ve benzerlerinin) hayatı, hizmetleri, ... araştırmacılarını beklemektedir.

5 Şubat 2017, Ankara.

NOTLAR

(1) *Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu*, *Turizm Tarihimiz* içinde çok önemli bir yere sahiptir.

1955 yılına kadar Türkiye'de ticaret meslek dersleri öğretimini yapacak liselere öğretmen yetiştiren bir okul mevcut değildi. Mevcut ticaret lise ve okullarında meslek dersleri öğretmenliği görevini, eski adı ile "Yüksek Ekonomi ve Ticaret Okulu" mezunları ve "İktisat Fakültesi" mezunları yapmaktaydı.

1955 yılı Şubat ayında, New York Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi arasında bir anlaşma yapıldı. Bu anlaşma sonucunda 9

kişilik bir ekip Türkiye'ye gelerek A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi merkez olmak üzere, A.Ü. Hukuk Fakültesi'nde ve Milli Eğitim Bakanlığı'nda çalışmalara başladı. Aynı yıl, Ankara Ticaret Lisesi'ni ziyaret ederek ve meslek dersleri öğretmenleri ile tanıştılar. Bu ziyarette, eğitim programları hakkında bilgi alan ekip, ticaret öğretmeni yetiştiren bir yüksekokula ihtiyaç olduğu yönünde bir kanaate varmışlardır.

16 Ocak 1956 tarihinde söz konusu ihtiyacı karşılamaya yönelik, lise üstü olmak üzere 3 yıllık "Sekreterlik Öğretmen Yetiştirme Merkezi" ve aynı yıl "Ticaret Öğretmen Okulu" açıldı. Okulun ilk yıl 16 öğrencisi olmuş ve ilk yıl öğretim Ankara Olgunlaşma Enstitüsü binasında gerçekleştirilmiştir.

1959 yılında öğrenci sayısı artan okul Maltepe'de yeni bir binaya taşınmış "Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu" adını almıştır.

1963 yılında; gittikçe gelişen, öğrenci ve öğretim elemanı sayısı artan bu okul, Talat Paşa Bulvarı'ndaki kendi binasına taşınarak eğitim öğretim faaliyetlerini burada sürdürmüştür.

1965 yılında, turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki önemini gören Milli Eğitim Bakanlığı okulun adını "Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu" olarak değiştirmiş ve öğrenim süresini 4 yıla çıkarmıştır. 1982 yılına kadar bu isimle devam eden okulun bünyesinde, İşletme-Muhasebe, Büro İdaresi ve Turizm olmak üzere üç bölüm bulunmaktaydı.

20.07.1982 tarihinde Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu ile Kız Teknik Yüksek Öğretmen Okulu birleştirilerek Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi kurulmuştur. On yıl boyunca bu fakülte bünyesinde "İşletme, Muhasebe ve Ticaret Eğitimi" ve Turizm Eğitimi" adıyla iki bölüm halinde eğitim-öğretim faaliyetleri sürdürülmüştür.

Bu iki bölüm 11.07.1992 tarihinde Mesleki Eğitim Fakültesi'nden ayrılarak ve "G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi" adıyla eğitim faaliyetlerine devam etmiştir.

13.11.2009 tarihinde Meslek ve Teknik Eğitim alanında faaliyet gösteren tüm eğitim fakültelerinin kapatılması neticesinde "Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi" ve "Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi" kurulmuştur.

KAYNAKÇA

Çoruh, S. (1957). *Aydın ve Denizli'nin Turizm Meseleleri*. Ankara: Yıldız Matbaacılık ve Gazetecilik.

Çoruh, S. (1963). *Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz*. Ankara: Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Matbaası.

Çoruh, S. (1965). *Garsonun Temel Kitabı*. Ankara: Arkın Kitabevi.

Çoruh, S. (1969). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.

Çoruh, S. (1983). *Turizm Dersi (Lise III)*. İstanbul: İnkılâp ve Aka Kitapevleri.

T.C. Turizm Bankası A.Ş. (1984). *T.C. Turizm Bankası A.Ş. Bülteni*, 5 (Eylül).

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, (1960). *Turizm Bilgi ve Terbiyesi*. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını.



Bülent Aġaođlu: Bir “Ahir Zaman” Şövalyesi

Nazmi KOZAK

Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Bibliyografya üretimi, ülkelerin ve bilimsel alanların gelişiminde önemli bir aşamadır. Bilimsel gelişimin vazgeçilemez olan bibliyografyacılığın gelişimi, Türkiye’de, bireysel girişim ve merakın ötesine gereken düzeyde geçememiştir. Bir yönüyle de pek çok kişiye ve hatta çok sayıdaki akademisyene göre bibliyografyacılık “anlaşılamaz” ve “gereksiz” bir zaman kaybıdır! Bizim gibi akademisyenlik ile bilim insanlığı ve araştırmacılık arasında var olan net ayırımı yapamayan ülkelere bibliyografyacılığın anlaşılmasını, aslında normal bir durumdur! O nedenle bu alanda çalışanlar, Türkiye’de ve gelişimini henüz tamamlayamamış ülkelerde “anlaşılamayan” ve biraz da “tuhaf” kişilerdir. O nedenle bibliyografrafları destekleyen ve teşvik edenlerin sayısı çoğu kez bir, bilemediniz iki elin parmak sayısını pek geçmez!

Bibliyografya hazırlanması, meşakkatli bir iştir ve uzun zaman ve emek ister. O nedenle, bu işi göze alabilen pek çıkmaz; hele bizim gibi kolaycılığın çokça yaygın olduğu toplumlarda, nadir çıkar. Her ne kadar son yıllarda çeşitli alanlarda internet teknolojisinin yaygınlaşmasına bağlı olarak “masa başı hazırlanan bibliyografyalar”ın sayısında artış gözlenirse de, yakın zamana kadar bu işe soyunanların sayısı pek azdı. Türk tarihinde bibliyograflıkta zirve isim, Katip Çelebi¹’dir

¹Kâtip Çelebi ya da Hacı Halife ve Hacı Kalfa), gerçek adı Mustafa Bin Abdullah (Şubat 1609, İstanbul - 6 Ekim 1657, İstanbul), tarih, coğrafya, bibliyografya ve biyografya ile ilgili çalışmalar yapmış Türk-Osmanlı bilim insanı ve aydını. Dünya bilim edebiyatında en ünlü ve bilinen eseri; İslam dünyasının en değerli eserlerini içeren 15.000 kitabı ve 10.000 müellifi (yazar) alfabetik dizin sistemine göre tanıtan Keşf ez-zunûn ‘an esâmî el-kutub ve-l-fünûn ve daha sonra İbrahim Müteferrika tarafından basılan meşhur coğrafya ansik-

(1609-1657). Katip Çelebi’nin *Keşf-El Zünun* adlı bibliyografyasında 15.000 yazmanın künye bilgisine yer verdiğini ve önemli bir kısmı hakkında açıklama ve değerlendirme yaptığını biliyoruz. *Keşf-El Zünun*², kültür tarihimiz bakımından olağanüstü bir çalışmadır.

Bibliyografya kısaca bilim, sanat gibi fikir ürünleri ve kayıtlarla ilgili yayınları bir düzen içerisinde toplayan liste olarak tanımlanabilir (Aġaođlu 1984). Bibliyografyalar, bir disiplin veya bilim dalındaki, bir ülkedeki veya bir dönemde belirli bir alanda üretilen eserleri içerebildiği gibi, bütün alanları ve dönemleri de kapsayacak bir şekilde hazırlanabilir. Bir anlamda bibliyografyaların bir alanla ilgili gelişmelerin toplu fotoğrafını göstermesi gibi bir işlevi de vardır. Ek olarak, derli toplu bibliyografyalara sahip olmayan alan-

lopedisi Cihannüma ile tanınır. (https://tr.wikipedia.org/wiki/K%C3%A2tip_%C3%87elebi).

²Katib Çelebi’nin Arapça yazdığı bibliyografya (kaynakça) eseridir. Bilimler hakkında ansiklopedik bilgiler de vardır. İlk adı Kitâbü’l-cmâli’l-fuşûlve’l-ebvâb fî tertîbi’l-’ulûm ve esmâ’i’l-kitâb’dır. Yazarı tarafından bazı eklemelerden sonra Keşfü’l-żunûn an esâmî’l-kütübve’l-fünûn isim değişikliği yapılır. Çoğunlukla Arapça literatürle ilgili içeriğe sahip olmakla birlikte, Farsça ve Türkçe hazırlanmış çalışmaları da içermektedir. Katib Çelebi, Halep sahaflarında başladığı araştırmalarını çeşitli şehirlerde sahaf ve kütüphaneleri gezerek 20 yılda tamamlar. Kitabın, 1653 civarında tamamlandığı düşünülmektedir. Eserler alfabetik sıraya göre düzenlenir. Müelliflerin ölüm ve eserlerin telif tarihleri, eserlerin başlangıç cümleleri, bir kitabın bab ve fasılları hakkında bilgiler de verilir. 15.000’e yakın kitap ve risale, 10.000 kadar yazar, 300’ü aşkın ilim dalı hakkında bilgi verilmektedir. Katib Çelebi’nin kitabı yazarken bazı kaynakçalardan yararlanır. Bunlar arasında: İbnü’n-Nedîm’in el-Fihrist’i, İbnü’l-Kiftî’nin İhbârü’l-ulemâi, Taşkoprizâde’nin Miftâhu’s-saâde’si, İbnHaldûn’un Muqaddime’si, Sübkî’nin Tabakât’ı ve İbnHallikân’ın Vefeyâtü’l-ayân’ı başta gelmektedir. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Ke%C5%9F%C3%BCz-Zun%C3%BBn>).

ların bilimsel gelişimi dağınık ve birbirlerinden kopuk olur.

Turizm alanında bibliyografya hazırlama çalışmalarını dünyada, Türkiye'ye göre, daha eskidir³. Buna mukabil Türkiye'de 1985 yılı öncesine ait turizm ihtisas kütüphanesi katalogları ile bazı münferit çalışmalar⁴ bir yana bırakılırsa, turizm alanında hiç bibliyografya yoktu. Turizmde akademik kurumsallaşmanın ve çalışmaların 1960'lı yılların ortalarında başladığı bir ülkede bu durum normal karşılanmalıdır.

İşte bu aşamada Bülent Ağaoğlu'nun turizm bibliyografyacılığındaki öncülüğü ve ürettiği bib-

liyografyaların önemi ortaya çıkıyor. Ağaoğlu, 1981 yılında Hacettepe Üniversitesi'nde başladığı Turizm İşletmeciliği yüksek lisans çalışmalarını 1985 yılında, hazırladığı *Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)*⁵ başlıklı tezi ile tamamlar. Bu tez çalışması, Türkiye'nin ilk en kapsamlı turizm bibliyografyasıdır da aynı zamanda. Ağaoğlu 1981-1988 yıllarında turizm ve ilgili alanlarda hazırladığı 65'den fazla bibliyografya ile kendi rekorlarını kendisi egale ederek, bu alandaki çalışmalarını sürdürmüştür. Ağaoğlu, turizm bibliyografyacılığı alanında Fransız meslektaşı René Baretje-Keller'in⁶ ardından ikinci sırada yer alıyor. René Baretje'nin bütün bibliyografyalarını turizm alanında üretmiş olması⁷, bir tesadüf müdür, yoksa alanın çok disiplinli yapısının bir sonucu mudur, bilinmez. Fransa'da René Baretje-Keller Türkiye'de ise Bülent Ağaoğlu bu işin öncüleridir.

Çalışmalarını tanıtmaya geçmeden önce bu satırların yazarının Ağaoğlu ile ilişkisini, tanışmasını ve karşılıklı etkileşim ile yardımlaşmalarından söz etmek yerinde olacaktır. Hacettepe Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği alanında yüksek lisans çalışmalarına başladığımda (1987), birgün, o dönemde Ankara'da kitapçılardan merkezi konumunda olan Zafer Çarşısı'nda Ağaoğlu'nun yukarıda sözü edilen tez çalışmasının Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu tarafından kitap olarak yayımlanmış nüshasını gördüm ve satın aldım. Ağaoğlu'nun da eğitim-öğretim gördüğüm yüksek lisans programından mezun olması dikkatimi çekti. Açıkçası bu nitelikli çalışmadan da etkilendim! Daha sonra, bir vesile ile hocam Dr. Hasan Işın Dener'den Ağaoğlu ile ilgili epey ayrıntılı bilgiler edindim. Bülent'in çalışmasıyla ilgili ilgimi gören Hasan hoca, Ağaoğlu ile tanışmamı önerdi ve aramızdaki ilk bağlantıyı kurdu. İstanbul'a gittiğim bir dönemde Ağaoğlu ile tanıştım. Ağaoğlu, o dönemde Enfo Bilgi Eri-

³ Borsenik, Frank D.: Literature of the Lodging Market. An Annotated Bibliography. East Lansing, Michigan: Bureau of Business and Economic Research, Division of Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University; Baretje, Rene (1965). Bibliographie Touristique, Aix-en-Provence; Üniversited' Aix-en-Provence, Centred 'Etudesdu Tourisme, Faculte de Droit et desSciences Economiques. Tome 1; Bibliography: Tourism Research Studies. Ottawa, Ontario: Research Office, Canadian Government Travel Bureau, 1972; Goeldner C. R. - Karen Dicke (1971). Bibliography of Tourism and Travel Research Studies, Reportsand Articles. Boulder, Colorado: Business Research Division, School of Business, University of Colorado; Tourisme Recreation 514-871. Essai de Bibliographie sur le Tourisme. Üniversite duQuebec Trois - Rivieres, 1972; Touristic Analysis Review. Aix-en-Provence: Centred 'Etudesdu Tourisme, Faculte de Droit et desSciences Economiques, 1973; International Bibliography: Hotel and Catering Industry. [Paris]: International Hotel Association, The World Organization of the Hotel Industry Committee for International Hotel Training, November 1979; Tourist Bibliography. Madrid: World Tourism Organization, Tourist Documentation Centre, 1983, "CDT/22".;Leisure, Recreation and Tourism Abstracts. Oxford; Commonwealth Bureau of Agricultural Economics (Ağaoğlu 1985).

⁴ Maviş, Fermani: Turizm Bibliyografyası (Kitap, Makale, Doktora ve Doçentlik Tezleri). [Eskişehir, 1983]. 50 y. Tk; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Kitaplık Müdürlüğü: Turizm Konulu Makaleler Duyurusu, Ankara, Temmuz 1983 - Kasım/Aralık 1984. İki aylık T.C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma - Eğitim Başkanlığı Kütüphane ve Dokümantasyon Müdürlüğü: Duyuru Listesi (Turizmle İlgili Makale, Haber, Toplantı/Sergi, Mevzuat, Kitap, Süreli Yayın). Ankara, Haziran 1983 -Mart 1985. Aylık «Seçmeli Turizm Bibliyografyası». Der.: Aydan Bulca. Mimarlık, 11(131/132), 9/10.1974, 34-40 ss. Turizm Bibliyografyası (Açıklamalı). Hazl.: Şenel Özpolat (Sorumlu) -Ayla Çağatay - Halil Çaylak - Önder Ünal - Yavuz Özbek. [Yay.]: T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı. Ank, 1971. [313] y. Tk Turizm ve Konaklama Te sisleri Bibliyografyası. Derl.: [Prof. Dr.] Nigân Bayazıt - Nur Esin. Çevre, (2), 3/4,1979, 7-10 ss; Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Araştırmaları. [Ank, t.y.] 4 y. Dk; Türkiye Turizm Bibliyografyası, 1970-19 (Ağaoğlu 1985).

⁵ Ağaoğlu, B. (1985). *Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)*. İstanbul: Turing ve Otomobil Kurumu Yayınları,.

⁶ Williams, P. W. (2016). Nurturing tourism's research academe – a retrospective on René Baretje-Keller, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 27 (1): 135-141.

⁷ <http://data.bnf.fr/documents-by-rdt/11890219/70/page1>

şim adı altında kurduğu firmasında ticari bibliyografya işleri yaparak ayakta kalmaya çalışan birisidir! Tanışmamız, sanırım 1990 yılında gerçekleşti ve o tarihten bugüne değin de dostluğumuz ve arkadaşlığımız devam etti. Gerçekleştirdiğim pek çok çalışmada Ağaoğlu'nun yönlendirmeleri, yapıcı eleştirileri ve katkıları oldu. Ağaoğlu ile yakın ilişkilerim sonucunda ben de birkaç tane bibliyografya çalışmasına giriştim. Bunlardan ancak birini tamamlayabildim ve yayımladım⁸.

BÜLENT AĞAOĞLU KİMDİR?

Bülent Ağaoğlu, baba tarafından Bulgaristan, anne tarafından da Yugoslavya göçmeni bir ailenin ikiz çocuğundan biri olarak, kardeşi Levent ile üç dakika arayla İstanbul'da dünyaya gelir. Baba ve anne, Osmanlı İmparatorluğu döneminde Anadolu'dan Rumeli'ye iskân edilmek üzere gönderilen ailelere mensuplar. Baba, Bulgaristan'ın Filibe ili Pazarcık ilçesinde doğar; ailesiyle birlikte İstanbul'a göç edip (1940), önce Beşiktaş ve sonra da Eminönü'ne yerleşir. Baba, Eminönü'nde, Ahi Çelebi Camii yönetiminin kiracısı olarak Değirmen Sokak'ta 1955-1982 yılları arasında lokantacılık yapar. Annesi ise, eski Yugoslavya'nın Üsküp merkezi doğumludur. O da ailesiyle birlikte önce Edirne'ye göç eder (1939). Büyükbaba, Edirne'de iki yıl kadar bir oteli işlettikten sonra İstanbul'un Laleli semtine göç eder. Ağaoğlu'nun anne ve babası, Rumeli'den göç eden iki ailenin çocuğu olarak İstanbul'da tanışır ve evlenirler.

Ağaoğlu, İstanbul'un Fatih⁹ semtinde doğar. Atıkali İlkokulu'nda ve Şehremini Lisesi'nde ilk ve orta eğitimini tamamlar. 1980 yılında, şim-

diki adı Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi olan İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nin Kamu Yönetimi Bölümü'nden mezun olur.

Ağaoğlu, Mete Akyol'un Hürriyet gazetesinde yayımlanan yazılarını kesip biriktirerek dokümantasyon çalışmalarına ilk adımlarını atar (1974). Dr. Server Tanilli'nin 'Uygarlık Tarihi' dersindeki bir ödevi için 1976 yılında daktilo edinir. Bu yıldan itibaren kitaplara kapılır. 1980 yılına kadar çok sayıda kitap edinir ve okur. Bu süreçte yayın katalogları ile tanışır. Bu kataloglardan satın alacağı kitapları seçer. 1978-1981 yılları arasında yurtiçinde gezilere çıkarak turizmin önemini keşfeder. 1981-1985 yılları arasında Hacettepe Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği alanında yüksek lisans çalışmasını tamamlar; "Türkiye'de Turizm İşletmeciliği ve İlgili Konuları Hakkında Yayınlanmış Eserlere Dair Bibliyografya Araştırması" başlıklı tez çalışmasıyla Bilim Uzmanı derecesi alır (1985). Tez çalışmasının künye sayısı bakımından geliştirilmiş hali "Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)" adıyla Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu tarafından Kasım 1985'te yayımlanır.

İlk kaynakça çalışmasını Ocak 1981'de Edirnekapı Halk Kütüphanesi'ndeki Türkiye Bibliyografyası ve Türkiye Makaleler Bibliyografyası koleksiyonlarını tarayarak gerçekleştiren Ağaoğlu, 1984-1986 yılları arasında Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun Yayın Şubesi'nde görev alır. Haziran 1986-Ağustos 1987 dönemleri arasında da Çelik Gülersoy Vakfı İstanbul Kitaplığı'nın ilk sorumlusu olarak çalışır. Çalışma hayatında ilk feyizlerini Temmuz 1981'de tanıştığı Çelik Gülersoy'dan alır.

Ocak 1986'dan itibaren kaynakça çalışmalarını boyutlandırmaya yönelir. Haziran 1988-Ocak 1989 arasında Strateji Araştırma Planlama Ltd. Şti.'nde görev yapar. "Toplu Konut, Konut, Sermaye Piyasası, Özelleştirme ve KİT'ler" konulu bibliyografya projesini yönetir. Bu proje döneminde bibliyografyaların bilgisayar ortamında hazırlanması ile ilgili süreçleri öğrenir.

Şubat 1989'da bilgi bankacılığı idealine ulaşabilmek için kendi işini kurmaya karar verir. İlk projesini PİAR Araştırma Ltd. Şti. için hazır-

⁸ Kozak, N. (1995). *Türkiye Turizm Tezleri Bibliyografyası*. Ankara: Anatolia Yayıncılık. Bu çalışma dışında turizm konulu makale ve bildirilerin bibliyografyasını hazırlamak için 1990'ların ortasında epey çalıştım, oldukça ilerleme de kaydettim. Ancak araya başka işlerin girmesi ile bu çalışmalar tamamlanamadı. Bununla beraber yine 1990'larda turizm alanındaki süreli yayınları, sayısal veri kaynaklarını, bibliyografyaları, vb. konularda bir tür açıklamalı bibliyografyalar hazırladım ve bunları Anatolia'da yayımladım.

⁹ Katip Çelebi'nin İstanbul'un Unkapanı semtinde doğup Fatih semtinde vefat etmesi, Ağaoğlu'nu etkileyen konulardan biri olur.

lar. PİAR'ın bütün araştırma raporlarını bilgisayar ortamında düzenler. Daha sonra 1989 yılında İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'ne "Tekstil Bibliyografyası" başlıklı çalışmayı hazırlar.

Ağaoğlu bibliyografya çalışmalarına ek olarak, öte yandan, İstanbul Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu'nda yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak "Bilgi Kaynakları" dersini okutur (1988-1990). Ayrıca Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nde Enformasyon Kaynakları Müdürü olarak görev yapar (1987-1988).

BİBLİYOGRAFLIĞA GİDEN SÜREÇTE AĞAOĞLU'NUN DÖNEMLERİ

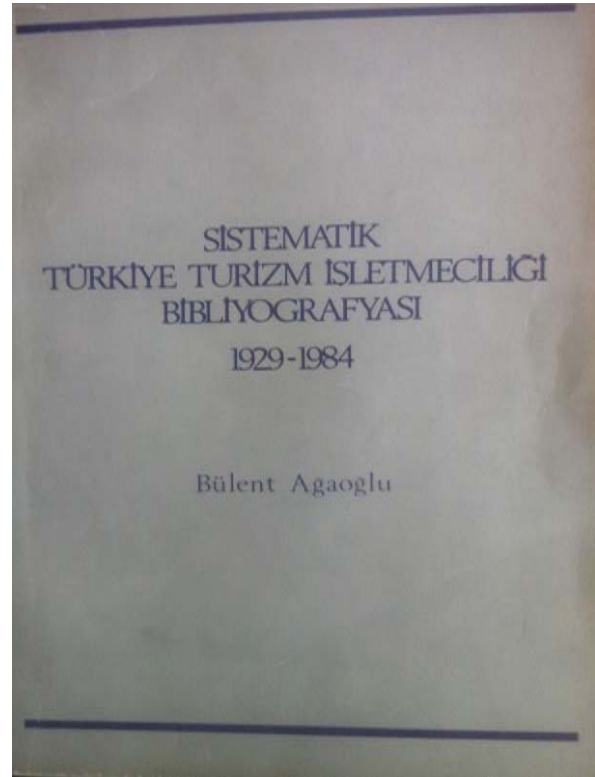
Bu satırların yazıldığı günlerde 600 dolayında farklı alanlarda üretilmiş bibliyografya hazırlanmış, toplamda yaklaşık 500 bin künye derlemiş bir bibliyograf olan Ağaoğlu'nun yaşamını birkaç döneme ayırıp incelemek gerekir. Çıraklıktan başlayıp, karşısına çıkan, kendi deyimiyle 23 yaşında karşılaştığı iki "dev" insandan; Çelik Gülersoy ve Hasan Işın Dener'den aldığı feyiz ile, çoğu zamanda kendisinin hem ustası hem de çırağı olarak bugünlere kadarki bir mücadelenin tarihi...

İlk Yıllar (1976–1985)

Ağaoğlu'nun ağırlıklı olarak turizm konusunda bibliyografya hazırladığı bir dönemdir. Bu dönemde hazırladığı 46 bibliyografyadan 25'i turizm ile ilgilidir. Kendi deyimiyle Mete Akyol'un yazılarını biriktirmesi ile 1976 yılında başlayan ve özellikle 1981 yılından itibaren Edirnekapı Halk Kütüphanesi'nde Türkiye Bibliyografya ve Türkiye Makaleler Bibliyografyası'nı tarayarak hızlanan bir süreç. Ardından 1981–1985 yılları arasında Hacettepe Üniversitesi yılları. Ağaoğlu Hacettepe Üniversitesi'nde Hasan Işın Dener ile tanışması sayesinde kendi yolunu açar. Bu dönemde turizm ve ilgili alanlarda onlarca bibliyografya hazırlar. Elbette ki bu dönemde Ağaoğlu'nun hazırladığı en önemli çalışma, aynı zamanda Hacettepe Üniversitesi'nde yüksek lisans tezi olarak hazırladığı *Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)* başlıklı çalışmadır ki bu çalışma, Ağaoğlu'nun "Us-

talık Dönemi"ne geçişinde bir milat olarak değerlendirilebilir. Dr. Mehmet Özdemir'in gözlemleri Ağaoğlu'nun 1980'li yılların ilk yarısındaki çalışmaları hakkında bilgi verir niteliktedir:

Bülent Ağaoğlu'nu 28 Ağustos 1983 tarihinde tanıdım. Ben o zaman T.C. Turizm Bankası A.Ş.'nin Araştırma ve Eğitim Başkanıydım. Yerimiz (Ulus'ta) Atayurt Han içindeydi. Galiba "öğrenci bir gencin beni görmek istediğini" söylediler. Elinde poşetlerle takım elbiseli, kravatlı, çok temiz yüzlü bir genç kendisini tanıttı. Adı Bülent Ağaoğlu'ydu. Turizm konusunda yüksek lisans yapıyordu. "Eğer vaktim müsaitse, bana birşeyler göstermek. Yanında getirdiği poşetlerden bir şeyler çıkartmaya başladı. En az dört beş tane ayakkabı kutusu... Ayakkabı kutularının içinde yüzlerce kart var... Bu kartları, izah etmeye başladı, kitap fişleri... Bülent bana bir hazine gösteriyordu... Şaşırdım kaldım... "Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası" ile böyle tanıştım! İşi gücü bıraktım, bu enteresan adamı daha iyi tanımak için sohbeti koyulaştırdık... Bülent, "bibliyografya" üzerinde yıllardır çalışıyordu. Neredeyse sonuna gelmişti. Bizim kütüphanede çalışabilir miydi? Bir de "baskı için yardımcı olabilir miydik... "Hemen Kütüphanemize yeni başlayan, çok değerli kütüphaneci Solmaz Taner ve Gülter Çetin hanımları çağırdım. Bülent'i tanıştırdım...



Görsel-1: Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası kitabının kapağı

Ağaoğlu, 1981 yılından sonra ağırlıklı olarak gi-riştiği bibliyografyalık işine yüksek lisans tezi-ni tamamlamasının ardından hız verir. İlk yıllar turizm ve ilgili alanlarındaki bibliyografyalardan oluşsa da, zamanla farklı alanlara da eğilecektir. Ağaoğlu, 1986 yılında Çelik Gülersoy Vakfı İstan- bul Kitaplığı'nda başlar.

Olgunlaşma: (1986–1989)

Ağaoğlu'nun ustalık döneminin ilk yıllarıdır. Kurumlaşma düşüncesiyle ticari bilgi bankası- nın tasarlanmaya başlandığı bir dönemdir. Bu dönemde 1984 yılında başlayan İstanbul ile ilgili bibliyografya çalışmalarına yoğunlaşır. 1984 yı- lından 1987 sonuna dek İstanbul ile ilgili 11 bib- liyografya hazırlar. 1986-1989 yılları arasında tu- rizm ile ilgili sekiz bibliyografya daha üretir. Bu dönemde Ağaoğlu Hacettepe Üniversitesi'ndeki tez çalışmasını tamamlamış, Turing ve Otomo- bil Kurumu'nda çalışmaya başlamış, kurulmak- ta olan İstanbul Kitaplığı'nın ilk yöneticisi pozis- yonuna yükselmiştir. Öte yandan bibliyografya çalışmalarını hazırlamaya devam etmektedir. Bu dönemde Stratejik Araştırma Planlama Ltd. Şti. 'de "Toplu Konut, Konut, Sermaye Piyasası, Özelleş- tirme ve KİT'ler" konulu bibliyografyayı hazırlar. Olgunlaşma döneminin başında kurumlaşma amacı doğrultusunda ticari bibliyografik bilgi bankası *Enfo Bilgi Erişim* firmasını kurar.

Enfo Bilgi-Erişim Dönemi (1990–1994)

Ağaoğlu, 25 Ocak 1990 tarihinde *Enfo Bilgi Erişim*'i kurar. İstanbul'un Harbiye semtinde eski bir binada bir odadan müstakil büro ki- ralayarak çalışmalarına başlar. İlk altı ayında PİAR'ın Sabah Gazetesi'nin ortaklığı ile kur- duğu Türkiye'nin ilk ticari bilgi bankalarından *Veritel*'e bilgi toplama projesinde yöneticilik gö- revini yürütür. Projenin tamamlanmasının ard- ından Ağustos 1990 tarihinde *Sermaye Piyasa- sı Bibliyografyası*'nı hazırlamaya başlar. Kasım 1990'da bu çalışmayı piyasaya çıkarır.

ENFO-Bilgi Erişim firmasının faaliyet gösterdiği dört yıl boyunca BANTA (Bankacılık Yayınları Bilgi Bankası, 20.000 künye), BORTA (Borsa Ya- yınları Bilgi Bankası, 10.204 künye) ve Türkiye Tekstil, Hazırgiyim, Deri ve Halı Bibliyografyası



Görsel-2: Enfo Bilgi Erişim'in logosu

(3500 künye) başta olmak üzere çeşitli bibliyog- rafyalar hazırlar.

Ağaoğlu, ekonomik krizinin de etkisiyle Mayıs 1994'de ticari bilgi bankacılık faaliyetlerine son verir. Türkiye'nin ilk bilgi bankalarından ENFO Bilgi-Erişim firmasını kapatmak zorunda kalır ve Milliyet Gazetesi'nden gelen teklifi kabul ederek gazetenin Belge-Bilgi Merkezi'nde göreve başlar. Bu birimin 2000 yılında yöneticiliğine getirilir ve bu görevi 2012 yılına kadar yürütür. Milliyet Ga- zetesindeki görevinden emekliye ayrılır ve gö- nüüllü olarak kaynakça çalışmalarına yoğunlaşır.

1994–2012 Dönemi

Bülent Ağaoğlu'nun Milliyet Gazetesi'nde çalış- tığı yıllardır. Bu dönemde de pek çok önemli ça-lışmaya imza atar. Bunlardan birkaçı şöyle sıra- lanıyor: Türkiye Halk Sağlığı Bibliyografyası, Ali Emiri Kaynakçası, Balkanlar ve Rumeli Türkleri Hakkında Türkiye'de Yayınlanmış Bibliyografya- lar, Çelik Gülersoy Kaynakçası, Göçebelik Kay- nakçası, Katip Çelebi Kaynakçası, Osmanlı Dö- neminde Balkanlar'da Türklerin İskanı, Sarıkamış Harekatı (1914) Kaynakçası¹⁰, Türkiye Halk Sağlığı Bibliyografyası, Türklere Balkanlar'da Yapılan Katliamlar Kaynakçası (1821-1989), Ya- pı Dizin, Yaratıcılık Kaynakçası. "Türkiye Halk Sağlığı Bibliyografyası" nedeniyle Sağlık Bakanı Yıldırım Aktuna tarafından 1996 yılında plaketle ödüllendirilir.

¹⁰ Sarıkamış Harekatı (1914) Kaynakçası. İstanbul: 25.11.2007. 115y. 1241 Künye. Bilgisayar Çıktısı. (Prof. Dr. Bingür Sönmez Ve Reyhan Yıldız Tarafından Hazırlanan "Ateşe Dönen Dünya Sarıkamış" Adlı Kitabın Eki Olarak Yayınlanmıştır. İstan- bul: İkarus Yayınları, 2007. 88s.).



Görsel-3: Sarıkamış Harekatı Bibliyografyası kitabının kapağı

2012 ve sonrası

Ağaoğlu'nun emekliye ayrılmasından sonraki dönemi içeriyor. Kendi deyimiyle bütün zaman kontrolünün kendine ait olduğu yıllardır. Hayallerini hayata geçirmek için kaçırılmaz bir fırsat olarak görür. 2012 yılı ve sonrasında Ağaoğlu'nun ürettiği bibliyografyalar içerisinde turizm, uzun bir aradan sonra tekrar önemli bir yer tutmaya başlıyor. Bu dönemde ürettiği diğer bibliyografyalar arasında; Beyaz Nokta Vakfı Kaynakçası, Disleksi Kaynakçası, Ekmek Kaynakçası, Ezber Kalıpları Kaynakçası, "Neden Geri Kaldık" Konulu Makale ve Kitaplar, Niçin Az Okuyoruz Kaynakçası, Ortak Akıl Kaynakçası, Sahaflar Kaynakçası, Türker Acaroğlu Kaynakçası, Türkiye Kütüphanecilik Kaynakçası, Türklerin Yoğurt Tarihi ve Kültürü Literatürü, Vizyon Bülteni, World Perlite Bibliography, Yoğurt Bibliyografyası yer alıyor.

ETKİLENDİĞİ İNSANLAR

Ağaoğlu, 40 yıla varan çalışmalarında etkilendiği, feyz aldığı pek çok insanın olduğunu vurguluyor. Kuşkusuz Ağaoğlu'nun en fazla etkilendiği münevverlerden biri, aynı zamanda Fatihli

olmaktan hemşerisi olan, Kâtip Çelebi'dir. Çalışmalarından ve Ağaoğlu'nun anlatı ve notlarından Kâtip Çelebi'den epeyce etkilendiği anlaşılıyor. Ağaoğlu'nun etkilendiği, kendi deyimiyle "dev" olarak betimlediği çağdaşı kişilerden biri, Çelik Gülersoy. Ağaoğlu Çelik Gülersoy ile 23 yaşında iken Temmuz 1981'de tanışır. Daha sonra Turing ve Otomobil Kurumu'nda görevli iken Gülersoy ile iki yıl kadar yakından çalışma fırsatını bulur; daha sonra Çelik Gülersoy Vakfı İstanbul Kitaplığı'nın kuruluş çalışmalarına katılır. Ağaoğlu'nun yaşamındaki diğer bir "dev insan", Ağustos 1981'de tanıştığı Hasan Işın Dener'dir. Ağaoğlu, öğrencilerinin deyimiyle "Hasan Hoca" ile Hacettepe Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği alanında başladığı yüksek lisans çalışmaları sırasında tanışır ve kendisinden çok etkilendirir. Hazırladığı tez çalışmasında resmi olmasa da, gerçek danışmanı Hasan Hoca olur. Ağaoğlu, Hasan Hoca'dan bilimsel terbiye ve etik bağlamında epey şeyler öğrenir, bunu çalışmalarına yansıtır.

Ağaoğlu'nun yaşamında ve çalışmalarında etkisinde kaldığı "dev insan"lar arasında (tanışma tarihi sırasıyla) Türker Acaroğlu, Tınaz Titiz, Yılmaz Karakoyunlu, Adnan Kahveci, Prof. Dr. Hikmet Özdemir, Dinç Üner ve Prof. Dr. Bingür Sönmez ve Ahmet Kot da yer alıyor.

TURİZM ALANINDA HAZIRLADIĞI BİBLİYOGRAFYALAR

Ağaoğlu'nun turizm bibliyografyaçılığı alanına büyük bir katkısı olduğu inkâr edilemez. 1981 yılından bu güne, turizm ve ilgili alanlarına yönelik hazırladığı bibliyografyaların sayısı, 71'dir. Toplamda 53.375 künye derlemiş ve sınıflandırmıştır. Ağaoğlu'nun turizm alanındaki en önemli bibliyografyası Hacettepe Üniversitesi'nde yüksek lisans tezi olarak hazırladığı "*Sistemik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)*"¹¹ başlıklı çalışmadır. Ağaoğlu'nun Hacettepe Üniversitesi'nde yüksek lisans tezi olarak hazırladığı ve 1985 yılında Turing ve Otomobil Kurumu tarafından aynı adla yayımlanan bu ça-

¹¹ Bu yayın için ayrıca bkz.: http://www.anatoliajournal.com/atad/depo/bilgibankasi/bulent_000.pdf



Görsel-4: Meydan Gazetesinde yayımlanan haber

lişmasının Türk akademik turizm tarihi bakımından ayrıcalıklı ve önemli bir yeri vardır. Zira bu çalışma, Türkiye’de Latin alfabesinin kullanılmasına başladığı dönemden itibaren 1984 yılına kadar (hatta 1985 yılı baskısı öncesinde epeyce güncellenir) turizm ve ilgili alanlarında yayımlanmış kitap, makale, tez, rapor, broşür, araştırma notu, yayımlanmamış yayınlar, kataloglar, dergiler, vb. pek çok dokümanın bilgilerine yer verir. Arşivleme, saklama alışkanlığının ve düzeninin henüz yerleşmediği bir ülkede Ağaoglu’nun bu çalışması, kaybolmuş pek çok yayının ve turizm alanına katkıda bulunmuş kişi ve kurumların ortaya çıkarılması bakımından tek kaynak niteliğindedir. Bu çalışma yüksek lisans tezi olarak hazırlanmış olsa da, bir tez çalışmasını epeyce aşan bir niteliğe ve özgünlüğe sahiptir.

Yukarıda söz edildiği üzere, Ağaoglu’nun turizm ve ilgili alanlarında üretmiş olduğu bibliyografyaların sayısı Mart 2017 tarihi itibarıyla, 71’dir. Ağaoglu gibi “üretkenlik ötesi” bir araştırmacının önümüzdeki tarihlerde bu sayıyı daha da artıracığı kuşkusuzdur. Ek-1’de yer alan liste, Ağaoglu’nun 1981-2017 yılları arasında hazırladığı turizm bibliyografyalarını kapsıyor. Listeden de görüleceği üzere Ağaoglu’nun bibliyografyaları, turizm alanının çok disiplinli yapısı dikkate alınarak hazırlanmış çalışmalardır.

Gerek çeşitlilik ve gerekse sayı bakımından Bülent Ağaoglu tarafından turizm ve ilgili alanlarına yönelik üretilen bibliyografyalar, akademik

turizm çalışmaları için önemli kaynaklardır. Ağaoglu turizm ve ilgili alanlarında ürettiği bibliyografyalar ile Türkiye’yi dünyada öncü ülkeler konumuna yükseltmiştir.

AĞAOĞLU HAKKINDA...

Ağaoglu’nun çalışmalarına tanık olan birkaç kişiden görüş alarak, portre çalışmasını tamamlamak istiyorum. Bibliyografya alanında çalışan birinin elbette en çok irtibat kuracağı kişiler yine benzer alanlardan olanlar ile bu tür konulara ilgi gösteren veya bu işin önemini farkına varanlar olacaktır. 1980’li yıllarda Kültür ve Turizm Bakanlığı görevini de yürütmüş olan Tınaz Titiz, Ağaoglu için şunları söylüyor:

Bülent Ağaoglu, ülkemiz bilgi bankacılığı ve bibliyografyası için kilit çalışmalar yapmış, önemli bir bibliyografisttir. Emerson’un “Yol sizi nereye götürürse oraya gitmeyin, yol olmayan yerden gidin ki; iz bırakın.” sözüne örnek teşkil edecek şekilde hayata kendi izini bırakmayı seçmiştir. Hayatta zor olan ilk şeyi “iyi bir ad sağlamayı” başarmış; hayatta zor olan ikinci şey “adı sürdürme” eylemi için emekli olmasına rağmen aynı hız, özveri, azim ve kararlılıkla çalışmalarına devam etmektedir. Günümüz toplumunda idealleriyle yaşamını sürdüren; kişiliği, saygısı, kibarlığı ve dürüstlüğü ile öne çıkan ender insanlardan biridir.

Ağaoglu’nun “yaşamımda çok önemli yeri var” dediği Hasan Işın Dener, 1985 yılında “*Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)*” başlıklı kitaba yazdığı önsözde, kitabın niteliğini ve özgünlüğünü ve Ağaoglu’nun çalışmalarının önemini şu sözlerle ifade ediyor:

... Sözkonusu düzenleniş biçimiyle Bülent Ağaoglu bibliyografyasının yapısı, aynı zamanda, Türkiye’deki ‘turizm işletmeciliği’ ile ilgili çalışmaların uzun dönem perspektifindeki gelişme istikametlerini açıklayıcı bir veri tabanı oluşturmaktadır. Sınıflandırılmış künyelerin yıl, tür, bilim alanı gibi anlamlı değişkenler arasındaki tasnifleri sonucunda elde edilebilecek bileşik dağılımlar ve onlardan türetililecek marjinal dağılımlar, bu konuda şurada burada yazılıp çizilen spekülatif ahkâma karşın, artık istatistiksel bulgular sağlayabileceklerdir... Bülent Ağaoglu’nun gerçekleştirdiği ‘turizm işletmeciliği sınıflandırma düzeni’ oldukça cesur bir girişimdir. Görüldüğü üzere, elimizdeki bibliyografyanın üstün bir ‘kalıcı değeri’ vardır. Kullanımı, ziyaretçisi az müzelerinkine benzemezse, turizm araştırmacılığına önemli katkılarda bulunabilir.

Dr. Mehmet Özdemir, Ağaoğlu'nu ve çalışmalarını 1980'li yılların başından itibaren izleyen biri olarak O'nun için "Bence Bülent Ağaoğlu, bir "ahir zaman" şövalyesidir!" benzetmesini kullanır. Gazeteci ve akademisyen Tefvik Güngör, Ağaoğlu'nun çalışmaları ile ilgili olarak 1990 yılında Milliyet Gazetesi'nde yayımlanan bir yazısında şunları yazmış:

Türkiye'de bir konuda öncü olmak, "Türk insanının haberdar olmadığı ürünleri üretip halka tanıtmaya çalışmak" çok zor bir iş. Hele, hele eğer bu üretim "fikir üretimi bilgi üretimi" ise. Son beş yıldır İstanbul'da Bülent Ağaoğlu isimli bir gencin başkalarından farklı, yararlı ürünler verme çabasını (daha doğrusu çırpışını) takdirle izliyorum. Fakat benim boş "takdirim" para etmiyor. Çünkü bu genç adamın ürünlerini paraya çevirmesi şart. Paraya çeviremez ise, yaptığı işi sürdürmesi, geliştirmesi imkânsız. Yaşam savaşında bu genç, kendi iddialı olduğu konuda para kazanamayınca, para getiren sıradan işlere vakit ayırıp, onlardan ekme parasını çıkarıyor. Sonra gene tüm gücünü iddialı olduğu konuya veriyor.

EKONOMİK BÜLTEN REHBER, 06.05.1991

Bankalar, Aracı Kurumlar, Halka Açık Şirketler, Holdingler, Denetim ve Sigorta Şirketleri, Kütüphaneler, Yatırımcılar, Üniversiteler, Finansman Uzmanları, Araştırmacılar ve Mesleki Kuruluşlar

TÜRKİYE'DE İLK DEFA
BORSA REFERANS KATALOĞU ÇIKTI!
SERMAYE PİYASASI/BORSA YAYINLARI
KATALOĞU 1928-1990

✓ Bilgi Çağ'ında Güçlü Olmanın Yolu Sistematik Bilgiyi Takip Ederek Kullanmaktan Geçer.

✓ Katalog, size bu imkânı sunmaktadır.

◆ Katalog, Sermaye Piyasası ve Borsa hakkında Türkiye'de yayınlanmış kitap, makale, tez, rapor, teklif, tebliğ ve röportaj türü 6322 eserin künyesini içermektedir.

◆ Katalogda, 205 konu başlığı ve yazar adına göre erişim imkânı mevcuttur.

◆ 430 sayfalık bu özgün araştırma 16 Bilgi Merkezinde, 233 yayın kataloğunda ve 50 dergide mevcut 500.000 yayın ismi taranarak hazırlanmıştır.

◆ Katalog her yıl güncelleştirilecektir.

Ayrıntılı Bilgi İçin:
enfo
RİCİ ERİŞİM

Ölçek Sokak 48/5 80230 Harbiye-İstanbul Tel: 146 17 94

Görsel-4: Borsa ve Banta çalışmaları ile ilgili bir ilan

Dönemin Tercüman gazetesi yazarlarından Hüsnü Terek, Ağaoğlu'nun BANTA ve BORTA çalışmaları ile ilgili olarak şunları yazar:

... Ağaoğlu'nun çalışmalarını gördüğümde gerçekten şaşırdım. Bizim kaynak yok, araştırmada güçlükler var dediğimiz borsa konusunda kurduğu BORTA borsa yayınları bilgi bankasında 63 yıl içinde yayınlanmış tam 10.204 yayının künyesini ve bunlara ulaşmak için buldukları yere ilişkin bilgiyi depolamış. Hem de iki diskette. Ayrıca bankacılık konusunda BANTA adında ayrı bir bilgi bankası daha kurmuş. Yaptığı işe inanmış ve çalışmalarını geliştirmek için borsa ile ilgilenenlerin kendine başvurmasını ve disketleri görmesini diliyor... (Terek 1993).

Uzun yıllar Milli Kütüphane ve TÜBİTAK-ULAKBİM'de görev yapan, Türk Tıp Dizisi'nin hazırlık çalışmalarında görev almış Aytaç Yıldızeli, ricamızı kırmayarak hasta yatağında, "Bülent'e eğer bilgi yönetimi ya da kütüphanecilik alanında çalışma olanakları ve destek verilseydi, mütahiş atılımlar yapabilir ve gelişmiş ülkelerdeki gibi Türkiye'nin "Bilgi Çağı"nı yakalamasında önemli roller oynayabilirdi" diye yazmış ve Bülent Ağaoğlu'nun en önemli yönlerinden birini şu cümlelerle ifade ediyor.

Bülent'in en güzel yanlarından biri de devamlı öğrenmek ve kendini geliştirmek için çaba sarf etmesidir. Bilgisine güvendiği insanlarla saatlerce sohbet etmek ve kendisinin sorun olarak gördüklerini, telefonla yazışarak hatta bizzat gelerek çözmeye çalışır, hiç yorulmaz, yılmaz. Öyle ki bazen "Bülent ben bittim" dediğim zaman bile "Bir dakika ne olur" der. Ülkemizde gerçekten eğer Bülent gibi araştırmacılar değerlendirilebilseydi; Bugün Türkiye'de "Bilgi Yönetimi" alanında çok farklı yerlerde olacağımıza inanıyorum. Sadece kariyer değil (çok önemli) ama azim, çalışkanlık ve yenilikçilik özellikle "Bilgi Yönetimi" alanında çok önemli. Bunun için de daha çok Bülent'lere gereksinimimiz var. Bireysel gayretleriyle bu denli başarılı olanlara destekler sağlansaydı, neler olmazdı? Benim her zaman Bülent ile güzel bir dostluğum oldu, saygısı, efendiliği ve anlatılanları can kulağı ile dinleyip not alması, ben çok etkilemiştir. Hala kendi başına, kendi çabasıyla elinden geleni yapıyor, birbirinden farklı konularda, açık erişim veri tabanları üretiyor. Başarılı olmasını dilerim.

Bunlar Ağaoğlu'nu yakından tanıyan birkaç kişinin görüşleri. Bu kısa alıntılar bile Bülent Ağaoğlu'nun zor bir toplumda, zorun üzerine giden biri olduğunu ortaya koyuyor.

HAYALLERİ

Yazının bu kısmında Ağaoğlu'nun 40 yılı bulan bibliyografya çalışmaları sırasında ve günümüzde yapmak istedikleri ile ilgili hayallerine yer vermek istiyorum. Buna "hayalleri" adını verdim, ama öyle sanıyorum ki bilgiye ve bilime önem veren bir ülkede yaşıyor olsak, bu bölüme "planları" adını vermek daha doğru olurdu! Bu bölümü hazırlarken Ağaoğlu'nun hazırlayıp gönderdiği 27 sayfalık notlarından epeyce yararlandım. Ağaoğlu'nun hayalleri pek çok! Bunları bazı başlıklar altında derlemeye çalışacağım:

1. *Kapsamlı bir turizm ihtisas kütüphanesi*: Bu yalnızca Ağaoğlu'nun değil, bu satırların yazarının da hayali! 1980'li ve 1990'li yıllarda Türkiye'de birkaç turizm ihtisas kütüphanesi vardı. Bunlardan biri T. C. Turizm Bankası A. Ş.'nin Ankara'da, Karanfil Sokak'taki merkezinde idi. İkincisi, Turizm Bakanlığı Kütüphanesi'dir. Üçüncüsü de Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Kütüphanesi'dir. Ne yazık ki, bunlardan ikisi yok oldu. Geçmişten günümüze turizm ihtisas kütüphanesi kurulabilir mi? Hayalimiz böyle. Ağaoğlu'nun ek olarak, bu kütüphanede iki de turizm bibliyografının istihdam edilmesi hayali de var.

2. *Turizm bibliyografyaları serisi*: Ağaoğlu, bütün turizm yörelerinin ve değerlerinin (Mesele İstanbul, Göreme, Antalya, Topkapı Sarayı, Ayasofya, Pamukkale vs.) ayrıntılı kaynakçalarının hazırlanması ile ilgili bir hayali var.

3. *Sözlü tarih çalışması*: Ağaoğlu'nun Türkiye'de bibliyografyalarla sözlü çalışmalar yapılarak, bunların bir kitapta yayımlanmasına ilişkin hayali var. Zaten çok sayıda olmayan bu kişilere yönelik bir çalışmanın yapılmasında sonsuz yarar olduğu kuşkusuz.

4. *Sivil toplum oluşumu*: Ağaoğlu'nun diğer bir hayali de bibliyografya alanında dernek veya vakıf statüsünde bir sivil toplum oluşumuna gidilmesi.

5. *Kaynakça kitaplığı*: Türkiye'de ve dünyada hazırlanmış bibliyografyaların bir kütüphanede bir araya getirilmesine ilişkin bir hayal!

6. *Bibliyografya sözlüğünün hazırlanması*: Bibliyografya sözlüğü hazırlanması (Terimler – Kavramlar).

7. *Kurumsal bibliyografyaların hazırlanması*: Her bir turizm kuruluşun kendi kaynakçasını hazırlamasına ilişkin bir geleneğin oluşturulması.

8. *Lisansüstü düzeylerde bibliyografya dersi*: Yüksek lisans ve özellikle de doktora programlarında bibliyografya ile ilgili derslerin zorunlu ders olarak okutulması. Böylelikle araştırmacı / incelemeci bir kuşağın yaratılmasına katkıda bulunulması.

9. *Diğer konular*: a) Kütüphanecilik haftalarında bibliyografya konusunun da işlenmesi, b) Katip Çelebi'nin kaynakça metni üzerinde bilgisayar yazılımları vasıtasıyla analizler yapılması, c) Dergi taramaları dijital arşivi, d) Dünyada, Batı'da, Çin'de, Japonya'da vs. ülkelere bibliyografik hakkında mevcut durum raporu hazırlanması, e) Hayatı boyunca hazırladığı, şu anda Word dokümanı ortamında bulunan kaynakçalarının veritabanı olarak webde "katipcelebi.ist" adıyla hizmete sunulması.

Tabi bütün bunların Ağaoğlu'nun hayalleri olmakla birlikte bir ülkenin akademik olgunlaşmasının da temel taşları aynı zamanda. Aslında yönetsel bazı kararlar ile kolayca üstesinden gelinebilecek işler olsa da, bu tür işlerin gerekliliğine inanan karar vericilere ihtiyaç duyulması da bir gerçek.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Şu günlere kadarki yaşamımda birkaç "dev" insan ile karşılaştım; bir kısmıyla dostluk kurdum, onlardan etkilendim. Bir yanda basitlikte ve seviyesizlikte sınır tanımaz bazı akademisyenlerle muhatap olmak zorunda kalırken, bir yanıyla bu "dev"lerle bir arada olmak, itiraf etmeliyim ki; ruh dünyamı epey zorlayan travmalara yol açtı. Bu devlerden biri de Bülent Ağaoğlu'dur. Neredeyse 30 yıla yaklaşan bir dostluğumuz var. Anatolia'da yayımlanan bu seri kapsamında böylesine önemli insanları anlatmaya çalışmaktan büyük mutluluk duyduğum kadar, eksik veya yanlış anlatırım diye hayıflandığım da oldu. Sonuçta tarihe kalan birer belge bu yazılar.

Ağaoğlu, turizm ve ilgili alanlarında başladığı bibliyografya çalışmalarını zamanla genişletmiş, bir dönem ticari bibliyografyacılık denemesine girmiş, 1981–2017 yılları arasında 600 dolayında bibliyografya ve yaklaşık 500 bin künye üretmiş bir dev. Böylesi üretimler yapabilmış insanlar bizim toplumumuzda epey nadir çıkar; öyle sanıyorum ki, dünyada da benzerleri pek azdır. Yukarıda Ağaoğlu'nu bir nebze olsun anlatabilmişsem, ne mutlu bana!.. Ağaoğlu, dostum Mehmet Özdemir'in deyimıyla gerçekten de "Bir "Ahir Zaman" Şövalyesi". Ağaoğlu, kendine has özellikleriyle, bitmez-tükenmez enerjisiyle ve yılmaz bir tutkuyla 40 yıldır bibliyografya üretiyor. Kendisine sağlıklı uzun bir ömür dilemekten gayri başka bir şey demek aklıma gelmiyor.

EKLER:

Ek-1: Turizm Alanında Hazırladığı Bibliyografyalar (Kronolojik sırada)

(1) İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nde Yapılan Turizm Tezleri. [İstanbul: 1981. 4]Y. Daktilo. 38 Künye. (2) Türkiye Otel Bibliyografyası 1929-1981 (Kitaplar). İstanbul: 1981. 10y. Daktilo. 189 Künye. (3) Türkiye Otel Kaynakçası Denemesi 1929-1981. İstanbul: 1981. 24y. Daktilo. 266 Künye. (4) Türkiye Seyahatnameler Ve Seyyahlar Bibliyografyası. İstanbul: Nisan 1981. 91y. 1963 Fiş. (5) Türkiye Turizm Bibliyografyası, 1929-1983. İstanbul: (Ocak 1981 - 1985). 423y. Bilgisayar Çıktısı. 10512 Künye. (6) Bir Ön Hazırlık Çalışması: Türkiye Rekreasyon Bibliyografyası. İstanbul: 1982. 8y. Daktilo. 113 Künye. (7) Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampusu Kütüphanesinde Bulunan Yabancı Turizm Yayınları. İstanbul: [1982?]. 3y. Daktilo. 38 Künye. (8) Kervansaraylar, Han, Kale Ve Hisarlar Hakkında Bibliyografya. İstanbul: [1982]. 19y. El Yazması. 370 Künye. (9) Turistlere Ve Tercüman Rehberlere Yönelik Yayınlar Kaynakçası. İstanbul: 1982. 156y. Daktilo. 2699 Künye. (10) Turizm - Çevre İlişkileri Konusunda Bir Bibliyografyası Denemesi. İstanbul: [1982?]. 3y. 16 künye. (11) Turizm Reklamcılığı Bibliyografyası. İstanbul: 1982. 6y. El Yazması. (Turizm Reklamcılığı 15 Künye, Reklamcılık 84 Künye). (12) Türkiye Kıyı Bibliyografyası. İstanbul: 1982. 7y. Daktilo. 109 Künye. (13) Türkiye'de Tur Operatörleri Ve Seyahat Acentaları Hakkında Yayınlanmış Eserler Kaynakçası. İstanbul: Kasım 1982. 4y. Daktilo. 48 Künye. (14) 1929 Yılından 1980 Yılına Dek Turizm İle İlgili Olarak Yayınlanan Dergiler, Bültenler, Gazeteler, Yıllıklar. İstanbul: Eylül 1983. 9y. Metin Daktilo ile Yazılmıştır. 169 Künye. (15) Boğaziçi Üniversitesi Kütüphanesi'nde Bulunan "Rekreasyon" ve "Boş Zaman" Konulu Kitaplar. İstanbul: [1983?]. 3y. Daktilo. 33 Künye. (16) Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampusu Kütüphanesinde Bulunan Yabancı Turizm Kitapları (Ağustos 1983 İtibariyle). İstanbul: 1983. 6y. Daktilo. 96 Künye. (17) Hacettepe Üniversitesi Kütüphanesi'nde Bulunan "Boş Zaman" ve "Rekreasyon" Konulu Kitaplar. İstanbul: 1983. 2y. Daktilo. 16 Künye. (18) Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampusu

Kütüphanesi'nde Bulunan Yabancı Turizm Kitapları. (Ağustos 1983 İtibariyle) (Ağustos 1983 İtibariyle). İstanbul: 1983. 6y. 96 Künye. (19) Türkiye Boş Zaman Bibliyografyası. İstanbul: Ekim 1983. 4y. Daktilo. 50 Künye. (20) Türkiye Kaplıca Kaynakçası. İstanbul: [1983]. 22y. Daktilo. 405 Künye. (21) Türkiye Kıyı Bibliyografyası. İstanbul: Eylül 1983. 8y. Daktilo. 111 Künye. (22) Türkiye Milli Parklar Bibliyografyası. İstanbul: Eylül 1983. 10y. Daktilo. 173 Künye. (23) Türkiye Rekreasyon Bibliyografyası. İstanbul: Eylül 1983. 6y. Daktilo. 90 Künye. (24) Türkiye'de Seyahat İşletmeleri (Seyahat Acentaları Ve Tur Operatörleri) Hakkında Yayınlanmış Eserler Kaynakçası. İstanbul: Ağustos 1983. 9y. Daktilo. 147 Künye. (25) Türkiye'de Tur Operatörleri Ve Seyahat Acentaları Hakkında Yayınlanmış Eserler Kaynakçası. İstanbul: Mart 1983. 6y. Daktilo. 87 Künye. (26) Türkiye'de Yayınlanan Turizm Dergileri, Gazeteleri, Bültenleri Ve Yıllıkları 1929-1983. İstanbul: Kasım 1983. 11y. 219 Fiş. (27) Boğaziçi Bibliyografyası. Ön Çalışma: 1. İstanbul: Mayıs 1984. 175y. Daktilo. 3900 Künye. (28) Çubuklu Hıdiv Kasrı Restorasyonu Dolayısıyla Çubuklu Bibliyografyası. İstanbul: 2 Temmuz 1984. 2y. Daktilo. 19 Künye. (29) GATPG [Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi] Hakkında Bibliyografya Denemesi. Türsab, N25, 10.1984, 16.S. Makale. 14 Künye. (30) İstanbul Bibliyografyalarının Bibliyografyası (Genişletilmiş İkinci Daktilo). İstanbul: 23.9.1984. 6y. Daktilo. 49 Künye. (31) Marmaris Bibliyografyası Denemesi. Tespit 1. İstanbul: 21.11.1984. 4y. Daktilo. 43 Künye. (32) Referans Saptama Çalışması: İstanbul Tramvayları - İstanbul Vapurları - Gökusu - Küçükusu - Pera Palace - Markiz - Yıldız Sarayı - Dolmabahçe. 7 Sayı. İstanbul: 28.5.1984 - 5.7.1984. 45y. Daktilo. 658 Künye. (33) Seçmeli Türkiye Turizm Politikası Bibliyografyası. Türsab, N23, 08.1984, 12-13ss. Makale. 33 Künye. (34) Seçmeli Türkiye Turizm Ulaştırması Bibliyografyası. İstanbul: 17.09.1984. 6y. Daktilo. 39 Künye. (35) Sermet Muhtar Alus'un İstanbul'a Dair Makalelerini Saptama Çalışması: 1. İstanbul: 20.08.1984. 2y. Daktilo. 17 Künye. (36) Turizm İşletmelerinde Servis Bibliyografyası. İstanbul: 26.10.1984. 3y. Daktilo. 31 Künye. (37) Türkiye Bankacılık Ve Turizm Bibliyografyası. Türsab, N24, 09.1984, 12-13ss. 33 Künye. Makale. (38) Türkiye Boş Zaman. Rekreasyon Ve Turizm Tezleri (Uzmanlık, Master, Doktora, Doçentlik Ve Profesörlük Takdim) Bibliyografyası, 1963-1984. İstanbul: 15.10.1984. 10y. Daktilo. 140 Künye. (39) Türkiye'de Arkeoloji, Sanat Tarihi Ve Mimarlık Tarihi Konularında Yayınlanmış Bibliyografyaların Bibliyografyası 1929-1984. İstanbul: Nisan 1984. 9y. 126 Fiş. (40) Yiyecek-İçecek Yönetimi İle İlgili Yayınlar. [İstanbul: 1984?]. 2y.]. Daktilo. 7 Künye. (41) 1963-1985 Türkiye Turizm Tezleri Bibliyografyası. İstanbul: 17.12.1985. 15y. Daktilo. 178 Künye. (42) Beylerbeyi Sarayı Bibliyografyası. İstanbul: 12.09.1985. 2y. El Yazması. 18 Künye. (43) İstanbul Bibliyografyalarının Bibliyografyası. (Genişletilmiş Üçüncü Daktilo) İstanbul: 1985. 12y. Daktilo. 73 Künye. (44) Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası, 1929-1984. İstanbul: Türkiye Turizm Ve Otomobil Kurumu, 1985. Xı+274s. Kitap. 2683 Künye. (45) Türkiye'de Turizm İşletmeciliği Ve İlgili Konuları Hakkında Yayınlanmış Eserlere Dair Bir Bibliyografya Araştırması. (Bilim Uzmanlığı Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). Ankara: 1985. Vıı+59+Xııı+148+11y. Daktilo. 1983 Künye. (46) Türkiye Sosyal Turizm Bibliyografyası. İstanbul: 24 Nisan 1986. 5y. Daktilo. 56 Künye. (47) Türkiye Turizm Tezleri Bibliyografyası. 1963-1985 (Uzmanlık, Master, Yeterlik, Doktora, Doçentlik ve Profesörlük Takdim Tezleri) . İstanbul: 14.01.1986. 23y. 177 künye. (48) İstanbul Hamamları

Bibliyografyası. İstanbul: 10.4.1987. 29y. Daktilo. 547 Künye. (49) İstanbul Vapurları Kaynakçası. İstanbul: 1987. 7y. Daktilo. 142 Künye. (50) Turizm Ve Çevre Sorunları. İstanbul: 9.9.1987. 3y. Daktilo. 35 Künye. (51) Türkiye Milli Parklar Bibliyografyası, 1953-1986. İstanbul: 26.4.1987. 12y. Daktilo. 224 Künye. (52) Türkiye'de Turizm Adreslerine İlişkin Olarak Yayınlanmış Dokümanların Listesi. İstanbul: 24.09.1987. 11y. Daktilo. 126 Künye. (53) Türkiye'de Turizm İşletmelerinin Yayınladıkları Fiyat Listeleri. Tespit 1. İstanbul: 24.9.1987. 2y. Daktilo. 8 Künye. (54) Türkiye'de Turizm Tesislerine Dair Envanter Çalışmaları Listesi. İstanbul: 24.9.1987. 4y. Daktilo. 20 Künye. (55) Hacettepe Üniversitesi'nde Hazırlanan Turizm Master Tezleri. Ankara: 26.6.1988. 3y. Daktilo. 15 Künye. (56) Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Bibliyografyası 1972-1988. İstanbul: 25.4.1988. 6y. Daktilo. 72 Künye. (57) Türkiye Seyahat İşletmeciliği Bibliyografyası, 1947-1987. İstanbul: 24 Nisan 1988. 64y. Daktilo. 955 Künye. (58) Türkiye Turizm Ve Bilgisayar Bibliyografyası. İstanbul: 01.1988. 3y. Daktilo. 37 Künye. (59) Türkiye'de Yabancı Ziyaretçiler Üzerine Pazar Araştırmaları. İstanbul: 1988. 2y. Daktilo. 12 Künye. (60) Türsab Dergisi İndeksi, Sayı: 1 (07.1982) - SAYI: 131 (09.1994) İstanbul: 1994. 2080 Künye. (61) Çelik Gülersoy Kaynakçası. İstanbul: 2005. 27y. 589 Künye. (62) Yıldız Sarayı Kaynakçası. İstanbul: 2009. 5y. Bilgisayar Çıktısı. 63 Künye. (63) Turizm Akademisyenlerimizin Yayın Listeleri (Kaynak: Web). 2009. 1947 künye. (64) Prof. Dr. Hasan Işın Dener Kaynakçası. İstanbul: 06.2010. 9y. 90 Künye. (65) Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi Dizini 1990-2012. İstanbul: 4.3.2013. 50y. (66) Dr. Mehmet Özdemir Kaynakçası. İstanbul, 04.03.2013. 4y. 63 Künye. (67) Lale Kaynakçası. İstanbul: 15.04.2013. 16y. (68) Turing Ve Otomobil Kurumu Kaynakçası. İstanbul, 27.04.2013. 11y. 169 Künye. (69) Prof. Dr. Hasan Işın Dener "Turizm Tezleri Kaynakçası" (Türkiye) 1974-2016. İstanbul: 08.01.2017. 4151 Künye. (70) Turizm Tezleri Hakkında Çalışmalar Kaynakçası. İstanbul: 08.01.2017. 9y. (71) Turizm Kaynakçası: Devlet Arşivleri Gen. Müd. Dokümantasyon Merkezi Bilgi Bankası'nda Yer Alan Kaynaklar. (Sınıflandırılmış 13.544 Künye) . 06.02.2017. 1267y.

YAYINLARI

Kitaplar

Ağaoğlu, B. (1985). *Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)*. İstanbul: Turing ve Otomobil Kurumu Yayınları.

Ağaoğlu, B. (2007). *Sarıkamış Harekatı (1914) Kaynakçası*. İstanbul: 25.11.2007. 115y. 1241 Künye. (Prof. Dr. Bingür Sönmez ve Reyhan Yıldız Tarafından Hazırlanan "Ateşe Dönen Dünya Sarıkamış" Adlı Kitabın Eki Olarak Yayınlanmıştır. İstanbul: İkarus Yayınları, 2007. 88s.).

Makaleler

Ağaoğlu, B. (1995). Turizm Bibliyografyası'ndan "Bülent Ağaoğlu Bibliyografyalarının Bibliyografyası"na... *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1): 24-29.

Ağaoğlu B. (1987). Turizm İşletmeciliği İçin Bir Bibliyografya Çalışması. *Dünya*, 17-20 Kasım 1987.

Ağaoğlu, B. (1994). Bibliyografyalarının Bibliyografyası 1981—1994, *Müteferrika*, 4.

Ağaoğlu, B. (2010). Bir "Kaynakçacı"nın Beyazıt Devlet Kütüphanesi Hatıraları, İçinde: *Beyazıt Devlet Kütüphanesi 125 Yaşında (1884-2009)*. İstanbul: Beyazıt Devlet Kütüphanesi: 30-53.

Ağaoğlu, B. (2010). Örnek insan ve bilim adamı Hasan Işın Dener, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1): 164-167.

Ağaoğlu, B. (2013). Kamuya Açık Yerli Dijital Kaynaklar: Kitap, Dergi, Makale, Tez, Yazma, Rapor, Haber, Tutanak, İlan, Köşe Yazısı, Mevzuat, Açık Arşiv, *Türk Kütüphaneciliği*, 27, 1 (2013), 385-397.

Ağaoğlu, B. (2013). Potansiyel Kütüphanecilik Projeleri, *Türk Kütüphaneciliği*, 27, 4 (2013), 661-672.

Blog Yazıları

<http://bulentagaoglu.blogspot.com.tr/>

Hakkında Çıkan Yazılar

<http://bulentagaoglu.blogspot.com.tr/search?q=T%C3%9CRK%C4%B0YE+KAYNAK%C3%87ASI>

KAYNAKÇA

Ağaoğlu, B. (1985). *Sistemantik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)*. İstanbul: Turing ve Otomobil Kurumu Yayınları.

Ağaoğlu, B. (2017). *Bülent Ağaoğlu Bibliyografyası Odaklı Otobi-yografik Notlar*. Tk. 27 sayfa.

Ağaoğlu, B. (1992). *ENFO Proje Seçenekleri*. Tk. 215 sayfa.

Basında ENFO Bilgi Erişim. İstanbul: 1993.

Terek, H. (1993). Borsada Haftanın Yorumu, *Tercüman*, 14. 03. 1993.

Bülent Ağaoğlu ile Şubat ve Mart 2017 tarihlerinde yapılan 11 e-posta yazışması.

Nazmi KOZAK, Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir.

E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

Türkiye Turizm Ana Politikalarının Öncüsü: İhsan Çetin

Arzu TURAN

Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Dr. İhsan Çetin ile tanışıklığımız, Prof. Dr. Nazmi Kozak'ın koordinatörlüğünde yürütülen *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi* vasıtasıyla 2013 yılının Aralık ayında gerçekleşir. Karlı bir kış günü, sözlü görüşme yapmak üzere Çetin'in evinin yolunu tuttuğumda böylesi eğlenceli, bıçkın, öyküsü ve kahkahası bol bir kişiyle karşılaşacağımı düşünmüyordum. Tüm nezaketi ve güler yüzüyle beni evine kabul eden Çetin, gençlik yıllarından kaldığını tahmin ettiğim muzip hallerini de sürdürür. Bir yandan yaptığı eşsiz işleri tevazu ile anlatırken, diğer yandan ortaokul ve liseyi dokuz yılda bitirmiş olmasıyla iftihar eder. Gurur nişanesi olarak ise aldığı tüm disiplin cezaları ve bol zayıflı karneleri çerçevelerle evinin duvarlarını süsler. Yaptığı işlerle ilgili birçok belgeyi, akademik çalışmayı vb. muhafaza etmeye gerek görmese de zayıf notlarına ve disiplin cezalarına ait bu belgeleri saklaması bir mesaj niteliği taşır.

Çetin, soran, sorgulayan, açık fikirli, haksızlığa tahammülü olmayan genç bir birey olduğu için eğitim sistemiyle başı hep derttedir. Liseyi bitirmemeyi kafasına koyduğundan, babasının işlerini devralma niyetini babasıyla paylaşınca aldığı "hayır" yanıtı, Çetin'in yeni yaşantısının başlangıcı olur. Ağabeyine "yanına Amerika'ya gelmek istiyorum" der. Ağabeyi ise liseyi bitirmesi şartıyla biraz da gönülsüzce "tamam" der. Çetin, dokuz zayıflı karnesine karşın beklenenin aksine liseyi başarıyla bitirir ve lisans öğrenimi görmek üzere Amerika'ya gider. Böylece kendisini, sorgulayan yönlerini ve biraz da asi yapısını gerçekleştirebileceği Amerika'nın yolunu tutar. Bu yazıda, Türkiye'nin turizm politikalarının öncüsü İhsan Çetin'i, özgün yönleri, yaşamı ve turizm alanında yaptıkları ile anlatmaya çalışacağım.

YAŞAMI

İhsan Çetin, Giresun'un Kapukahve Mahallesi'nde fındık tüccarı bir babanın ve ev

hanımı bir annenin üçüncü erkek çocuğu olarak dünyaya gelir (1938). İlkokulu Cumhuriyet İlkokulu'nda (1950) ortaokul ve liseyi ise şehrin bu düzeydeki tek okulu olan Giresun Lisesi'nde tamamlar (1958). O yıllarda meraklı ve isyankâr bir yapıda olduğu için istenilen kalıba girmeyi bir türlü başaramaz ve altı yılda bitirmesi gereken ortaokul ve liseyi dokuz yılda tamamlar. Lisans derecesini tamamlamak amacıyla ağabeyinin desteğiyle Amerika'ya gider (1959). Ne var ki, okul parasını ödeyebilmek için çalışmak zorundadır ama deneyimi olmadığı için bulaşıkçı olabilmek için bile yalan söylemesi gerekir. New York Queens College'da üniversite öğrenimini görürken, bulaşıkçılık ve zamanla garsonluk veya barmenlik gibi işlerde çalışmaya devam eder. Diğer yandan, Çetin'in yaşam felsefesi sadece iyi bir eğitim almak ve çalışmak üzerine kurulmaz; örneğin, sevdiği bir sanatçının konserine ya da sergilere, sinemalara da gitmek ister. Bu koşullarda, New York'ta yaşarken üniversiteyi bitiremeyeceğini anlayınca, West Virginia'ya gidip orada West Virginia Institute of Technology'de *İş İdaresi ve Ekonomi* alanında üniversite öğrenimini tamamlar (1967). Eğitim-öğrenim yaşamıyla ilgili düşüncelerini Çetin'in kendi cümleleriyle aktaralım:

Liseyi Giresun'da bitirmiş biri olarak, oradaki sistemi anlamam kolay olmadı. Kaldı ki akıllanmamıştım da; merak etme ve sorgulama huyum hâlâ devam ediyordu; ancak orada benim gibilere bedel ödetmiyorlar hatta ödüllendiriyorlardı. Ayrıca, bizimkilerle karşılaştığımda, bana göre, oradaki hocalar biraz safça görünüyorlardı. Çünkü yarıyılın ilk gününde hangi tarihte, hangi konulardan sınav yapacaklarını yazılı bir şekilde dağıtıyorlardı. Dolayısıyla, sınav günü öğrenciyi hazırlıksız yakalama 'kıvrak zekâsını' gösteremiyorlardı. Böylece öğrenciye rahat rahat kopya hazırlama fırsatını vermiş oluyorlardı. En büyük şaşkınlığım da, sınav kâğıtlarını dağıttıktan sonra hocanın sınıfı terk etmesiyle oldu; hoca 'sınavı bitiren, kâğıdını masanın üzerine bırakın, ben bir saat sonra gelirim.' deyip gitti. Bir de, öğrencilerin kopya çekmesine, yine kendi arkadaşları izin vermiyordu. Bence Amerika'da insanlık da ölmüştü...

Çetin, sekiz yıl Amerika'da kalır. Üniversiteyi bitirdikten sonra farklı üniversitelerde ders vermeye başladığında aynı zamanda barmenlik de yapar. Takvimler 1967 yılını gösterdiğinde askerliğini yapmak üzere Türkiye'ye döner. İki yıl yedek subay olarak yaptığı askerliğini NATO'nun altyapı projelerinin yürütüldüğü dairede tamamlamak üzereyken Amerika'ya dönme planları yapar. Ancak, o günlerde gazetede İngilizce verilmiş bir iş ilanına başvurur. Posta kutusu dışında bir bilgi içermeyen ilana biraz da "laf olsun" diye başvuru yapar. Henüz askerdeyken ve yaptığı başvurunun varlığını bile unutmuşken başvurusunun kabul edildiği ile ilgili bir telefon alır. Muhatabının Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'ndaki (Agency For International Development - AID) görevliler olduğunu mülakata gittiğinde anlar. Amerika'da başarıyla tamamladığı eğitimin karşılığını, Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'nın ekonomik analiz bölümünde uzman olarak çok iyi bir maaş karşılığında işe kabul edilerek alır. Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'ndaki görevinden ayrıldıktan sonra bir yıl OECD; 13 yıl ise Turizm ve Tanıtma Bakanlığı bünyesinde çeşitli görevleri yürütür. Bütün bu süreçte Hacettepe Üniversitesi, ODTÜ ve Maryland Üniversitesi'nde yarı zamanlı olarak ekonomi ve iş idaresi dersleri; 1987 yılındaki kuruluşundan, kendisi 2010 yılında emekli olana kadar ise Bilkent Üniversitesi'nde tam zamanlı olarak ekonomi dersleri verir. Ayrıca üniversiteden özel izinle, ODTÜ'de endüstri mühendislerine yarı zamanlı dersler vermeye de devam eder. Ders programı hazırlamak ve genç hocaları yetiştirmek için Başkent Üniversitesi'nin kuruluşunda bir yıl ders verir. Ağabeyinin yönetim kurulu üyesi olduğu New York merkezli bir Amerikan firmasında, 1985 yılından itibaren yaklaşık 10 yıl yine yarı zamanlı olarak danışmanlık yapar. Bilkent Üniversitesi'nden emekli olduktan sonra toplumsal konulara duyarsız kalmayan Çetin, her fırsatta yazmaya devam eder.

Çetin, eşi Toni ile Amerika'da tanışır (1965). Eşinin ölüm acısını halen yaşayan Çetin "Onunla tanıştığımдан beri hiçbir konuda yalnız kalmadım, yaptığım her işte hep desteğini gördüm... Bizimki gibi bir birlikteliğin fazla örneği olacağını zannetmiyorum" diyerek eşine bağlılığını hâlâ dile getirir.

TURİZM VE TANITMA BAKANLIĞI YILLARI

İhsan Çetin'in 1969-1974 yıllarında Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'nda çalıştığı dönemdeki görevleri arasında, Türkiye ekonomisinin gün-nübirlik izlenmesi ve önerilen konularda sosyo-ekonomik araştırmaların yapılması yer alır. Bu araştırmalar, Çetin'in Türkiye ekonomisiyle ilgili en küçük bir ayrıntıya kadar ulaşmasına yardımcı olur. Görevinin gereği olarak, yıllar boyu Türkiye ekonomisini yakından inceleyen Çetin, Türkiye'nin en önemli ekonomik sorununun döviz dar boğazı olmasının etkilerini yakından görür. Çetin'e göre denklem basittir: Döviz yoktur, dolayısıyla ithalât da yoktur; ithalât olmadığı için ise yatırım yoktur. Peki, bu genç adam, bu sorunu nasıl çözecek; Türkiye, kısa zamanda en az maliyetle döviz elde etmenin yolunu nasıl bulacaktır? Turizm!

Çetin, memleketin ekonomik sorunlarına çözüm olarak gördüğü turizmde faydalı olmanın yolunu kamu sektöründe çalışmakta görür. Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'nın Türkiye Ofisi kapandıktan bir yıl sonra, ağabeyinin de yardımıyla Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda sözleşmeli olarak çalışmaya başlar (1976). Bakanlıktaki ilk çalışma günlerinde "Beni niye işe almış olabilirler, nedir bu bakanlığın politikası?" diye araştırırken, bakanlığın bir turizm politikasının olmadığını keşfeder ve bu keşif turizm tarihindeki yerini alacak Turizm Ana Politikaları çalışmalarının başlangıcına bir nüve oluşturur.

O dönemlerde, Ankara Hacettepe Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde yüksek lisans öğrenimi gördüğü sırada (1975) *Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi*'nde görevliyken, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda ekonomik analizlerden sorumlu Ahmet Yalnız'ın çalışmalarını dikkate değer bulan Çetin, Ahmet Yalnız'a ve Hacettepe Üniversitesi'nde *Turizm İstatistikleri* dersini veren Hasan Işın Dener'e "Turizm sektöründe bir ana politika oluşturulması için bir ekip kuracağım, sen de gelir misin?" diye birlikte çalışma teklifinde bulunur. Ahmet Yalnız ve Hasan Işın Dener, Çetin ile aynı heyecanı paylaşarak bu teklifi kabul ederler. Çetin sonrasında, Dr. Ahmet Acar, Dr. Ahmet Alkan, Dr. Cahit Benövenli, Dr. Cenap Erdemirli ve Dr. Ümit Akınç'tan oluşan sekiz kişilik ekibini

kurar. Görünen o ki, İhsan Çetin'in dehalari keşfetmek konusunda büyük yeteneği vardır! Araştırma ekibini bir araya getirmesiyle ilgili şu sözlerle bakalım:

... Ben, bana göre Türkiye'nin çok iyi beyinlerini, devletin hiçbir kurumunda olmayan beyinlerini bir şekilde bir araya getirdim ve benim bu arkadaşlarım çok cüzi bir parayla çalışıyorlardı. Onlar da inanıyorlardı, bana da inandılar. Çünkü Türkiye'nin en önemli meselesine el atıyorduk...

Çalışmalar başladığında ilk iş olarak, Ahmet Yalnız ile Türkiye'nin Turizm Politikası adında bir çalışma yapmaya koyulurlar. Çetin ve Yalnız'ın yaptığı bu çalışmanın sonucunda, döviz gereksinimlerinin hayati önemi olduğu ve en kısa dönemde gerekli dövizi sağlayabilmek için turizm sektörünün en önemli seçenek olduğu ortaya çıkar. Bu gereklilikle birlikte 1970'li yıllarda dünyada ve Türkiye'nin hemen etrafında turizm önemli boyutlar kazanırken, bu potansiyelin Türkiye açısından ekonomik anlamda değerlendirilebilmesini sağlayacak bir "turizm politikası" halen mevcut değildir. Geline bu noktada, bu çalışmalarla kısa dönemdeki politika hedefleri belirlenir. Buna göre, işletme veya işletmeye hazır kapasitelerden yararlanma en üst düzeye çıkarılmalı, alt yapıların var olduğu veya az bir maliyetle yeterli olabileceği alanlara üst yapılar hızla tamamlanabilecek şekilde götürülmeli, turizm potansiyeli olan bölgeler kurumsal tedbirlerle kontrol altına alınmalı ve bu bölgeler koşullar uygun oluncaya kadar kullanıma açılmamalı veya doğal ve kültürel değerlere sahip yörelerin korunması için gerekli önlemlerin getirilmesi sağlanmalı; bu değerler ancak koruma amaçlı kullanıma açılmalıdır. Yani yatırımlar kısa dönemde, döviz kazançlarının en yüksek olacağı alanlarda yapılmalıdır. Üstyapı yatırımları seçenekleri için fayda/maliyet hesapları yapılarak döviz yönünden kârlılık oranı en yüksek olana öncelik verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılır. Bu çalışmada, varılan en göze çarpan sonuç, "döviz geliri artışına dayalı bir turizm politikası oluşturulmasının önemi" olur. Çetin, bu kısa ama kapsamlı çalışmayı kendi imkânlarıyla bastırıp, çoğaltıp Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nun çeşitli birimlerinde dağıttığını sağlar. Türkiye'de turizm politikaları konusunda

öncü bir araştırma niteliğinde olan bu çalışmayı başka çalışmalar da takip eder.

Ülke yararına kendini adanmış sekiz genç insan, karşılığında neredeyse manevi zevk dışında hiçbir şey almadan, gece gündüz demeden, Türkiye'yi kurtuluşa erdireceğine inandıkları turizm politikalarını oluşturmaya koyulurlar. Bu ekibin başında olan Çetin, yaptığı işlere ve bu işlerin memlekete uzun vadede fayda sağlayacağına adı kadar emindir. Hatta birçok insanın takdirini ve beğenisini kazandığını düşünerek yaptığı işe biraz daha sarılır, azmeder... Ancak durumun öyle olmadığını, Yalnız ile birlikte yürüttüğü "Turizm Ana Politikası" adlı çalışmayı Turizm Bakanlığı'nun çeşitli kalemlerine dağıttıktan sonra, dönemin müsteşar yardımcısının Çetin'i odasına çağırarak yaptığı konuşma üzerine fark eder. İzin almadan (!) böylesi bir çalışma yaptığı ve hatta kendi kısıtlı imkânlarıyla dağıttığı için -kendi deyimiyle- azarlanan Çetin, içinde bulunduğu manzaranın düşündüğünden farklı olduğunu o zaman anlar. Bu satırların yazarı ile yaptığı sözlü görüşmede, sözlerine açıkça dökülüp "ben kırgınım" demese de kırgınlığını anlamak zor değildir. Çetin'in ağzından dökülen şu cümleler yıllar öncesinden gelen gönül kırgınlığını özetliyor gibi...

Çok heyecanlıydık, ben bir de Karadenizliyim ya, lazım ya, çok cinim ya, devleti öyle bir yerinden yakaladım ki, dövize çok ihtiyacı var ya, bu dövizi sağladığımızda devleti rasyonelleştirebiliriz. Yani turizmi kurtarırsak gümrükleri de, tarımı da kurtaracağız. Yani devletin her tarafına rasyonellik yayılacak çünkü turizmin bütün sektörlerle bağlantısı var. Uygulanan iyi bir turizm politikası devleti rasyonel yapacak, o heyecan vardı bende ve haddimi bilmiyordum. Bir araya gelenler gerçekten çok iyi beyinler, yani şimdi oradan Ahmet Acar'a beyin değil diyemezsin, Hasan Işın'a beyin değil diyemezsin, Ahmet Yalnız'a, beyin değil diyemezsin, Cenap Erdemirli'ye beyin değil diyemezsin; öbür arkadaşım Ahmet Alkan beyin değil diyemezsin. Yani bunlar gerçekten iyi beyinler ve gerçekten çok iyi niyetliler, hiçbir beklentileri yok ve biz kendi kendimizi dolduruşa getirdik. Bizim bu ülkeye borcumuz var ya, hepimizin... Tamam, artık ben böylele turizmlerle falan ilgilenmiyorum artık çünkü haddimi biliyorum. Başlangıçta haddimi bilmiyordum, ben bir şeyler yapabileceğimi düşünüyordum.

Çetin'in Türkiye Turizm Ana Politikaları Projesi'nin başında olduğu 1976-1981 yılları arasındaki beş yıllık süreçte turizmin rasyonel bir temele oturmasını sağlama amacını neredeyse

yaşam gayesi haline getirir. Bu yüzden ki sadece araştırmalar yapıp, uygulamaya koymaya çalışmakla değil aynı zamanda kendisine ve ekibine atılan iftiralara varan söylemlerle de baş etmekle uğraşır. Çünkü döviz getireceğine inandığı yabancı sermayenin yatırım yapması gerekliliğiyle ilgili çalışma yaptığında bir Amerikan ajanı; Rusya pazarına daha kolay ulaşılacağı gerekçesiyle Sarp Sınır Kapısı'nın açılması konusunda ısrar edince bir komünist oluveriyordu. Tabii ekip arkadaşlarını işten uzaklaştırması için yapılan baskıyı da unutmamak gerekir. Özellikle Hasan Işın Dener'i hedef tahtasına koyanlar, Çetin'i kapalı kapılar arkasında sıkıştırır. Çetin ise tüm ekip arkadaşlarını her açıdan kendisinden üstün tutar ve baskılara karşı koyar.

Çetin'in Turizm Bakanlığı'nda araştırma ve değerlendirme genel müdürlüğü yaptığı yıllar boyunca ODTÜ'de ekonomi dersleri vermeye devam eder. Diğer yandan, Bilkent Üniversitesi'nde de ekonomi ve turizm ile ilgili dersler verir. Çetin, 1981 yılında Barlas Küntay'ın turizm bakanı olmasını ve görev aldığı genel müdürlüğün kapanmasını takiben genel müdürlük görevinden ayrılır. Bakanlıkta görevliyken yürüttüğü Turizm Özel İhtisas Komisyonu üyeliğine Turizm Bakanlığı'ndan ayrıldıktan sonra da devam eder. Diğer yandan Bilkent Üniversitesi'nde ders vermeye devam eder. Üniversiteden 2010 yılında emekli olduğundan beri Ankara'da sakin bir yaşam sürmektedir.

YÜRÜTTÜĞÜ ÇALIŞMALARIN BAZILARI

Çetin, kuşkusuz ki turizm ana politikaları ile ilgili yaptığı çalışmalarla adını turizm tarihine kazır. Bu çalışmalardan, Hasan Işın Dener'in yıllar yılı muhafaza ettiği ve günümüze tozlu raflardan ulaşan birkaç çalışma hakkında bilgi vermek istiyorum. Ulaşılan çalışmalardan ilki 1976 yılına tarihleniyor. Genel Müdürlük içinde tartışılmak üzere hazırlandığı anlaşılan bu doküman "*Türkiye Turizminde Araştırmaya Yaklaşım*" adını taşıyor. Turizm sektörünün ekonomik ve sosyal makro hedeflere ulaşabilmesindeki önemi vurgulanan çalışmanın amacı, araştırmaları yönetecekler, yürütecekler ve uygulayacakların birlikte, belli bir metin üzerinde tartışmalarını sağlamaya çalış-

maktır. Çalışmanın ana ilkesi çok dikkat çekici: "*Doğru soruya bütünü ile cevap bulamamak, yanlış soruya düzgün biçilmiş bir kılıf bulmaktan daha üretici ve yeğdir.*"

İhsan Çetin ve Ahmet Yalnız'ın "*Türkiye'nin turizm politikası – araştırma 1: Türkiye ekonomisi içinde sektör olarak turizmin yeri ve önemi, diğer bazı ülkelerle Türk turizminin karşılaştırılması*" adlı diğer bir çalışmanın esas uğraşısı; Türkiye'yi kendi turizm politikasına ulaştıracak bir tartışmaya katkıda bulunmak ve "politikayı" saptayabilmek için başlanılan bir seri çalışmanın başlangıç noktasını belirler. Çalışmada, Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve politik yapısı veri olarak kabul edilir. "Mevcut sistem" içinde turizm sektörü incelenir ve sektörün Türkiye'nin yaşantısına giderek daha fazla katkıda bulunabilmesinin yolları araştırılır. Bu araştırmalar yapılırken, turizm gibi iç ve dış değişkenlere karşı çok duyarlı bir konuda geliştirilecek politikaların dinamik olma gerekliliği de ön plana alınır. Çalışmada önce, turizmin ekonomi içindeki yerini saptayabilmek için 1963-1976 yılları ele alınarak genel olarak Türkiye ekonomisindeki gelişmeler ve bazı makro büyüklükler incelenir. Sonraki aşamalarda Türkiye'nin dış ticareti, ödemeler dengesindeki gelişmeler ve turizm sektörünün Türkiye ve bazı ülkelerde ekonomik yapısı ve ödemeler dengesindeki yeri ele alınır. Diğer bazı ülkelerle yapılan karşılaştırma, turizm potansiyelini daha iyi görebilmek için yapılır. Turizmin ekonomik yapı içerisindeki yeri belirlenmeye çalışılırken diğer sektörlerin de ekonomik yapı ve ödemeler dengesindeki yeri dikkate alınır. Çünkü Türkiye'nin turizm politikasının, turizmi diğer sektörlerden soyutlayarak yapılamayacağı düşünülür. Türkiye'nin genel ekonomik durumu incelenirken GSMH ve sektörler, fiyat artışları, istihdam, gelir ve 1976 yılına girerken içinde bulunulan durum üzerinde çalışılır. Türkiye'nin ödemeler dengesindeki gelişmeler incelenirken dış ticaret, görünmeyen işlemler, sermaye hareketleri ve ödemeler dengesindeki gelişmelerin özeti üzerinde çalışılır. Son olarak, turizmin Türkiye'de ve diğer bazı ülkelerde ekonomi içindeki yeri belirlenerek bu ülkelerle karşılaştırması yapılır. Elde edilen verilere göre bazı sonuçlara ulaşılır ve öneriler getirilir. Bu çalışmayla birlikte, dış turizm ve net turizm

döviz kazançlarının en yüksek düzeye çıkarılmasıyla ilgili bir çalışma daha yapılırken, üçüncü bir araştırmayla iç turizmin incelenmesi planlanır. Böylece yapılacak dördüncü araştırma, bu üçünün sentezi olur ve Türkiye'nin turizm politikasını ortaya çıkarır.

Çetin'in diğer çalışması, Cahit Benövenli ile yaptığı ve 1978 yılında Marmaris'te gerçekleşen Uluslararası Turizm Kongresi'nde sunulan tebliğ metnidir. "Türkiye'nin turizm politikaları 1963-1977 döneminin bir değerlendirmesi ve gelecek için bir yaklaşım" adını taşıyan bu çalışma, Türkiye'nin geçmiş turizm politikalarını özetlemeyi ve gelecekteki turizm politikalarına yeni bir teorik çerçeve önermeyi amaçlar. Önerilen Turizm Ana Politikası, kavramsal modeli, çevre, kaynak-araç hedefler, bütünleşme ve uygulama olmak üzere dört ana sistemden oluşur (Pizam, Swart ve Var 1979: 26).

Çetin'in 1977 yılında yayımlanan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda "Türkiye turizmde dış talep ve arz – turizm amaçlı girişlerin dağılımı ve arz kapasiteleri üzerine yöntem denemesi" adlı çalışması da yer alır. Bu çalışmada, dünyada ve toplumsal yapıdaki gelişmelerin hız ve yönlerinin değişme oranlarının önemli farklılıklar gösterdiği konusunun altı çizilerek uzun dönemli tahmin hesaplarının bu gerçeğe göre yapılması gerektiği vurgulanır. Buna göre, söz konusu çalışmada Türkiye'ye 1967-1975 yılları arasında giren yabancılar, bunların 1982 yılına kadar nasıl bir değişme göstereceği ve turistik belgeli yatak sayısına bu değişmelerin nasıl yansımaları gerektiği incelenir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İhsan Çetin, ömrü boyunca rasyonel aklın ve dolayısıyla rasyonel kararların peşinden gider. Okul yıllarından başlayarak, kendi başını derde sokma pahasına rasyonel olanın uygulanması için hep kavga eder. Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'nda çalışmaya başlamasını takiben doğru bilgiye akademik bir düzlemde ulaşır ve öğrendiklerini memleket faydasına kullanmanın yolunu Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda çalışarak bulur. Dönemin Türkiye'sinde müthiş çalış-

malara imza atan Çetin, devletin bürokrasi dilini bilmediği için birçok sorunla mücadele etmek zorunda kalır. Bakanlıkta çalıştığı dönem boyunca çeşitli üniversitelerde ders vermeye devam eder. Bilkent Üniversitesi'nde 1988 yılında tam zamanlı olarak çalışmaya başlayan İhsan Çetin, bu görevini 2010 yılına kadar sürdürür, yaşam doğrularını öğrencilerine aktarmaya çalışır.

Kendi neslinden birçok insan gibi bu toprakların "Lale Devrini" yaşadığı, yani hem bozulmamış doğa ve insan ilişkilerinin hem de teknolojinin insanları düşünemez hâle getirdiği bu yeni dönemin ürünü olmadan, teknolojinin nimetlerinden yararlandığı için kendisini şanslı görse de toplumsal sorunlara duyarsız kalamaz. Düşüncelerini, endişelerini "Dostlarıma Mektup" olarak başlıklandığı yazılarıyla rasyonelliğin halen peşini bırakmadığını gösterir. Ömrü oldukça şu soruların yanıtını hep merak edecek gibi görünür: "Turizmde yapılması gereken "doğrular" bilindiği halde neden "yanlış" olanlar yapıldı? Tanrı, iklim, doğal güzellikler, tarih, coğrafya vb. cömertçe verirken acaba akli verirken cimri mi davranıyor? Yarattığımız sorunları kangrenleştirmemiz genetik olabilir mi?"

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Çetin, İ. (1970). *Price Factors in Rnain Turkish Agricultural-Exports*. USAID.
- Duncan M. ve Çetin, İ. (1972). *The International Demand For Brawn Power And Wealth Effect Of Migration-A Turkish Case Study*. Binghamton: State University of New York.
- Duncan M. ve Çetin, İ. (1973). *Migrant Workers in The Federal Republic of Germany*. İstanbul: İstanbul University.
- Çetin, İ. (1973). *Sosyo-Ekonomik Yapı Değişimleri Yönünden Bölgesel Bir Araştırma: Giresun İlinin Monokültüre Dönüşen Fındık Üretim Bölgesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi)*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetin, İ. (1974). *Migrant Workers, and Labor Markets-Revisited*. Ankara: USAID.
- Çetin, İ. (1974). *Yurt Dışında İşçiler, Ücretler Ve İş Piyasası*. Ankara: İş ve İşçi Bulma Kurumu Yayınları.
- Çetin, İ., Yalınz, A. ve Sezer, A. (1976). *Türkiye Turizmde Dış Talep ve Arz, Turizm Amaçlı Girişlerin Dağılımı ve Arz Kapasiteleri Üzerine Bir Yöntem Denemesi. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları.
- Çetin, İ. (1976). *Turizm Yatırımları ve Yabancı Sermaye Konusunda Not*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı.

- Çetin, İ. (1976). *Türkiye Turizmde Araştırmaya Yaklaşım*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Planlama Dairesi Başkanlığı.
- Çetin, İ. ve Yalnız A. (1976). *Türkiye'nin Turizm Politikası – Araştırma 1: Türkiye Ekonomisi İçinde Sektör Olarak Turizmin Yeri ve Önemi, Diğer Bazı Ülkelerle Türk Turizminin Karşılaştırılması*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Planlama Dairesi Başkanlığı.
- Çetin, İ. ve Benövenli, C. (1977). *Türkiye'nin Turizm Sektörünün Genel Durumu: Amaçlar, Uygulamalar ve Öneriler*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Planlama Dairesi Başkanlığı.
- Çetin, İ. ve Benövenli, C. (1978). *Türkiye'nin Turizm Politikaları 1963-1977 Döneminin Bir Değerlendirmesi ve Gelecek İçin Bir Yaklaşım*. Uluslararası Turizm Kongresi'nde Tebliğ Edilmiş Teksir, 2-6 Ekim Marmaris.
- Çetin, İ. ve Benövenli, C. (1978). *Turizm Ana Politikası: Kuramsal Tanıma Yaklaşım Önerisi*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Planlama Dairesi Başkanlığı.

- Çetin, İ. (1978). *Turizm Yatırımlarında Yabancı Sermaye*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Planlama Dairesi Başkanlığı.
- Çetin, İ. (2000). VII. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm, *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 119-125.
- Çetin, İ. (2010). Yeni Oluşan Dünyamızda Eğitim Sorunu, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1): 148-150.

KAYNAKÇA

- Çetin, İ. 7 Aralık 2013 tarihli görüşme. (Görüşen: Arzu Turan).
- Pizam, A., Swart, W. W. ve Var, T. (1979). International Tourism Congress: New Perspectives and Policies, *Journal of Travel Research*, 17 (3): 25-27.
- Arzu TURAN, Arş. Gör., *Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunusemre Yerleşkesi, 26470, Eskişehir.*
E-posta: arzu_turan@anadolu.edu.tr

Muhsin Zekai Bayer: Milli Parklar ve Turizm Dostu

Nihan YENİLMEZ ARPA
Orman ve Su İşleri Bakanlığı

GİRİŞ

Muhsin Zekai Bayer; şahsen tanıma fırsatı bulamadığım, ancak bir milli parkçı olarak bundan büyük üzüntü duyduğum, eksikliğini hissettiğim bir insan, milli parkların kurucusu, babasıdır. Türkiye'de milli parkçılığın özel bir okulu olmadığı için farklı meslek disiplinlerinden oluşan bir ekip milli parklarda görev almaktadır. Milli parkçılık, milli parkların kıdemli çalışanlarından ve uygulamalar esnasındaki kazanımlardan öğrenilir. Elbette ki alınan eğitimin katkısı önemlidir, ancak işin genel felsefesi, kurumsal bilinç ve ekip ruhunun çalışırken oluştuğudur. Türkiye'deki milli parkların kurumsal olarak ilk kez tesis edilmesini ve ilk milli parkın ilan edilmesini sağlayan, milli parklarda turizm ve rekreasyon konuları üzerine ilk uygulamaları gerçekleştiren Bayer'in yeterince tanınmıyor olması ve çalışmalarının önemini farkında olunmaması, kendisinin çalışmalarına ilişkin detaylara ulaştıkça beni derinden üzer. Bayer'in ve çalışmalarının farkına daha erken varamamış olduğum için de kendime kızgınım. İnsan kaynağı kolay yetişmemekte ve

yetişmiş olanlara da sonraki nesiller yeterince sahip çıkmamakta, çıkamamaktadır.

Geçmişte yapılan çalışmaları, edinilen deneyimleri ve çıkarılan dersleri bugünlere taşıyacak ve bizlerin bu çalışmaları irdeleyebilmemizi sağlayacak yazılı ve görsel materyallerin korunabildiği bir arşiv veya kütüphane de yok, ne yazık ki. Hâlbuki milli parklar, ormancılık camiası içinde birbirine tutkun ve sürekli iletişim halinde olan sayılı birimlerden biridir. Buna karşın sık gerçekleştirilen kurumsal yapılanma değişiklikleri ve her yeni kurum kurulduğunda bu kuruluş döneminin milat olarak kabul edilmesi, sık yaşanan personel hareketleri ve değişimler, arşiv/kütüphane gibi dokümantasyon birimlerinin de genel olarak yer darlığı gerekçe gösterilerek tekrar oluşturulamaması, milli park biriminde dahi bu bağı koparmaktadır. Bugüne kadar milli parkçılık konusunda büyük çaba göstermiş olanların büyük bir bölümü bilgileri ve deneyimlerini aktarmadan emekli olmuşlardır.

Çok yönlü bir insan olan Bayer, Orman Bakanlığı'ndaki aktif çalışma yaşamını tamamladıktan

sonraki dönemde, turizm ve eğitim konularındaki çalışmalarına doğa koruma ve milli parkçılığı en iyi şekilde entegre etmeyi başarır. Milli parkçılarını kısıktırarak bir şekilde, turizm sektörü, ormancılık ve peyzaj eğitimi alanlar da Bayer'in bilgi ve deneyiminden faydalanma şansına sahip olur. 28 Kasım 2009 tarihinde aramızdan ayrılan ve tanıma fırsatı bile bulamadığım Bayer'in biyografisini de yazmak nereden çıktı diye düşününler olabilir. Her şeyin ve herkesin yaptığı veya bulunduğu ortamlarda var olmasının mutlaka bir nedeni olduğuna inanırım. Zira 22-25 Eylül 2016 tarihleri arasında Sinop'ta düzenlenen 10. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı'na bir vesile ile katılma şansım olur. Bu çalıştayda Prof. Dr. Nazmi Kozak ve Prof. Dr. Metin Kozak ile tanışırım ve bir rastlantı sonucu bu kişilerle hemşehri (Afyonkarahisar) olduğumuzu öğrenirim. Metin Kozak, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü'nde çalıştığımı öğrenince, kendisinin başlattığı bir çalışmayı devam ettirmemi teklif etti. Bu çalışma, Bayer'in biyografisi idi.

Kozak kardeşler, Bayer'e ilgi gösterir, çünkü Bayer sadece milli parkçılığı ile değil aynı zamanda turizm ile ilgili çalışmalarıyla da iyi bilinmektedir. Orman Bakanlığı'ndan ayrıldıktan sonra da genel olarak turizm ile bağlantılı çalışmalarda bulunur ve pek çok turizm örgütünün de içinde yer alır. İşte böylesi bir kişinin biyografisini yazmak için sunulan öneri gerçekten beni heyecanlandırır. Doğrusunu söylemek gerekirse, başlangıçta beni daha çok milli parkçılık yönü ilgilendirir. Ancak böyle bir rastlantı sonrası ve gururla başladığım bu çalışma beni derin bir araştırmaya iter. Edindiğim bilgiler, Bayer'i tanıyanlarla yaptığım görüşmeler beni daha da etkiler ve bir milli parkçı olarak bugüne kadar bu kişinin farkında olamadığım için son derece üzüntü duyuyorum.

YAŞAMI

Bayer, milli parkların ilk kurucusu olmasına, yaşamış olduğu dönemde ulusal ve uluslararası düzeyde Türkiye'yi en iyi şekilde temsil etmiş ve arkasında çok sayıda ilkler ile birlikte eserler de bırakmış olmasına karşın, bugün emek verdiği, çalıştığı kurumunda kendisine ait neredeyse

hiçbir belge, doküman ya da eser bulunmamaktadır. Türkiye'de milli parkçılığın yolunu açmış bu kişinin izi dahi yoktur. Daha da üzücü olanı neredeyse onu bilen, yaptıklarının farkında olan da yok denecek kadar azdır. Bilenler ve tanıyanlar da aktif çalışma yaşamından çekilmiş, sayıları her geçen gün azalan emekli kesimdir. Yaşamı hakkında yaptığım yazılı ve sözlü kaynak araştırmalarında ulaşabildiğim bilgi şu şekilde özetlenebilir.

Bayer, Ankara'da dünyaya gelir (1924). İlk orta ve lise öğrenimini İstanbul'da tamamlar, Haydarpaşa Lisesi'ni (1943) ve ardından İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi'ni bitirir (1947). Mezuniyetinden sonra o dönemde Tarım Bakanlığı bünyesinde bulunan Orman Genel Müdürlüğü'ne bağlı taşra birimlerinde göreve başlar. Çeşitli nedenlerle gittiği Amerika'da Türkiye'de henüz gündeme gelmeyen rekreasyon, mili parkçılık ve turizm konularında eğitim alır. Edindiği bilgi ve deneyimlerin uygulamaya geçirilmesiyle ilgili çalışmalar yürütür ve 1978 yılında emekli olduktan sonra İstanbul'a yerleşir. İstanbul Devlet Mimarlık Akademisi ve İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi'nde turizm ve milli parklarla ilgili konularda dersler verir. 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında kurulan Danışma Meclisi'nde görev yapar. Türkiye Ormancılar Derneği, TMMOB Orman Mühendisleri Odası, Türkiye Tabiatı Koruma Derneği, TMMOB Peyzaj Mimarları Odası (Onur Üyesi), TUYED, TUROB gibi pek çok meslek örgütü ve sivil toplum kuruluşuna üye olan Bayer, bu oluşumlar içinde de oldukça aktif olarak görev alır. Geçirdiği kalp krizi sonucu İstanbul'da vefat eder (2009).

ORMAN BAKANLIĞI'NDAKİ ÇALIŞMALARI

Bayer, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi'ni bitirdikten sonra Düzce Orman İşletme Müdürlüğü'nde mühendis olarak göreve başlar (1947). Kısa bir süre sonra Abant Orman Bölge Şefi olarak görevlendirilir. Daha görevinin başlarında göstermiş olduğu üstün başarı nedeniyle takdirname alır (1949). 11 Ekim 1949-31 Ağustos 1950 tarihleri arasında askerlik görevini yapar. Askerlik dönüşü Ankara'da Merkez Müdürlüğü'nde göreve başlamış, sonrasında

Yalova İşletmesi Bölge Şefliği, Balabandere Orman İşletme Şefliği ve Karabük İşletme Müdürlüğü Beylikdüzü İşletme Şefliği'nde görevlendirilir. Yalova'daki görevi sırasında Yeni İstanbul Gazetesi'nde ormancılık haberleri yazmaya başlar. Orman Genel Müdürlüğü Fen Heyeti'nden Amerika'ya gönderilecek dokuz orman mühendisi içinde yer alır (1950). Aynı yıl içinde kurs alan heyet ile birlikte Amerika'ya giderek orman rekreasyonu¹ konusunda eğitim alır (1950-1951). Eğitimi sonrası Ankara Merkez Müdürlüğü'ne tayin edilir (1951).

AID-Marshall Yardımı² kapsamında 21 Mart-22 Ekim 1952 tarihleri arasında altı ay süreyle Amerika'ya staj ve ihtisas yapmak üzere gönderilir. Amerika dönüşünde Genel Müdürlük emrinde mühendis olarak çalışmaya devam eder. Ormancılık eğitimi ve propagandası yapılmak üzere Orman Genel Müdürlüğü Umum Müdürlük Şube 6 Müdürlüğü görevini yürütmek üzere Şube Müdürü olarak atanır (1955).

Yurtdışında katılım sağladığı eğitimlerden hep yeni kazanımlar ve bilgiler ile döner. Çevre edinir, yeni kavramlar öğrenmiş ve uygulamaya ilişkin önerilere sahip olur. Bir gidişinde rekreasyon, bir sonraki gidişinde milli park kavramını ülkeye ve kurumuna getirir. Türkiye doğasının sistemli bir şekilde korunması yolunda ilk adım olarak sayılabilecek "milli parklar" kavramını beraberinde getirdiği günden itibaren, yıllarını doğanın belirli parçalarının bütünlük içinde korunarak, dinlenme amaçlı kullanılmasına dayanan milli park kavramının hayata geçirilmesine adar.

1951 yılında İstanbul Orman Fakültesi profesörlerinden Saatçioğlu, Acatay ve İnal ile Bursa Orman Başmüdürlüğü'nün Bursa'da düzenledikleri bir toplantısında Uludağ'ın Milli Park olması fikri ortaya atılır. 1953-1956 yılları arasında Orman Genel Müdürlüğü'nde yapılan çeşitli toplantılar-

¹ Ormanları insanların eğlenme, dinlenme amacıyla kullanabilecekleri bir duruma getirmeyi içeren yaklaşım.

² AID Marshall yardımı, II. Dünya Savaşı sonrasında, 1948-1951 yılları arasında yürürlüğe konan, Amerika kaynaklı bir ekonomik yardım paketidir. Aralarında Türkiye'nin de olduğu 16 ülke, bu paket uyarınca Amerika'dan ekonomik kalkı-

dan sonra Uludağ'ın milli park olmasına yönelik "Uludağ Milli Park Kanunu" tasarısı hazırlanır. Ancak tasarısı bir türlü kanunlaştırılmaz. Daha sonra Bursa Orman Başmüdürlüğü ve Uludağ'ı Sevenler Cemiyeti'nin önderliğinde Orman Fakültesi öğretim üyelerinin iştiraki ile yapılan bir bilimsel toplantı sonucunda nihai hali verilen "Uludağ Milli Parkı" kanun taslağının, Bayer'in girişimleri ile ayrı bir kanun olarak çıkarılması yerine, 6831 sayılı Orman Kanunu tasarısı içine dâhil edilmesi benimsenir (1956). Böylelikle 6831 sayılı Kanundaki 4 üncü ve 25 inci madde ortaya çıkar.

Bayer, Bakanlık onayı ile milli parklarla ilgili hususların uygulanması yetkilerinin, 6. Şube'ye alınmasını sağlar. Böylelikle Türkiye'deki ilk milli park ve rekreasyonel çalışmaların başlatılmasına öncülük eder. Yozgat Çamlığı'nın Türkiye'nin ilk milli park olarak ilan edilmesinde bizzat rol oynar (1958)³. İlan öncesinde Yozgatlı bir milletvekili ile görüştüğü, ikna ettiği ve bu milletvekilinin desteği ile ilan sürecinin tamamlandığı yönünde bilgiler bulunmaktadır. Daha o yıllarda kamu kurumlarının yanı sıra sivil kuruluşların da doğanın ve çevrenin korunmasında etkin olması gerektiği düşüncesine sahip olan Bayer, gönüllerinde doğa sevgisini ve çevre değerlerini büyük inançla taşıyan, önemli bir kısmını orman mühendislerinin oluşturduğu 40 gönüllü tarafından kurulan Türkiye Tabiatı Koruma Cemiyeti'nin kurucu üyeleri arasında yer alır (1955). O dönemin Devlet Su İşleri Genel Müdürü Süleyman Demirel de bu derneğin en güçlü destekçilerindendir. Kamu çalışanı kimliğinin yanı sıra sivil toplum kuruluşu üyeliği kimliği ile de milli parklar, doğa koruma konularına katkılarını yoğunlaştırılır.

Atina'da toplanan "Dünya Tabiatı Koruma Birliği (International Union on Conservation Nature - IUCN) Kongresi'ne "Türkiye Tabiatını Koruma Derneği" adına bir heyetle birlikte katılım sağlar (1958). Bu toplantıda IUCN Genel Sekreteri Fakart'ı Türkiye'ye davet ederek kurulmakta olan beş milli parkı gezdirir, önerilerini uygu-

³ Yozgat Çamlığı Milli Parkı, 8 Mart 1958 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile ilan edilir.

lamaya koyar. Daha sonra Dünya Milli Parklar Komitesi Başkanı Belçikalı Prof. Harray başkanlığındaki bir heyeti de Türkiye'ye davet ederek onlara da milli parkları gezdirir. Bu heyetin de kurulmakta olan beş milli parka (*Yozgat Çamlığı, Karatepe-Aslantaş, Kızılcahamam-Soğuksu, Manyas-Kuşçenneti, Uludağ*) ilişkin önerilerini, çalışmalarında yararlanmak üzere alır.

Bayer, uluslararası düzeyde katılım sağladığı toplantıları çok iyi değerlendirmiş ve tanıştığı uzmanlardan Türk milli parkçılığının geliştirilmesine yönelik katkılar alır. Kendisini tanıyanlarla yapılan görüşmelerde bu özelliği "eğer yapmak istediği bir çalışma varsa her ne şekilde olursa olsun o işi kiminle ve nasıl yapacağını bilir; o kişilere mutlaka ulaşarak konuyu çözüme kavuştururdu. Bilgisine dayalı, sempatik ve hoşgörülü yapısı ve özgüveni ile çözemediği bir sorun neredeyse olmazdı, gittiği her toplantı ve eğitimi ülke çıkarına dönüştürmenin bir yolunu bulurdu" şeklinde ifade edilmektedir. Bayer, her dönem yeni bilgiler edinmenin arayışı içinde olur. Bu amaçla her türlü fırsattan yararlanmaya çalışır. Bu kapsamda gittiği eğitimlerden biri de Çevresel Koruma Ajansı (EPA) Projesi kapsamında Ormanlık Eğitim ve Öğretim konusunda on ay süreyle Amerika'da yaptığı ziyarettir (1960-1961). Bu eğitim sırasında yaptığı bağlantılarla Michigan Devlet Üniversitesi'nde rekreasyon konusunda yüksek lisans yapma fırsatını yakalar (1961-1962).

Yüksek lisans öğrenimi sonrası dönüşünde ormanlık eğitimi konularında ciddi adımlar atılmasını sağlar. Orman Genel Müdürlüğü kararları ile Düzce'de Orman Tekniker Okulu; Muğla ve Kastamonu Araç'ta Orman Muhafaza Memurluğu Okulu ve Eskişehir'de Orman Fidanlık Memuru okullarının kurulmasını sağlar. Teşkilat mensuplarının eğitimi konusunda Kızılcahamam Eğitim Merkezi'ni kurarak mesleki kademe eğitimleri planlar. Dünya Çalışma Teşkilatı ve Amerika hükümetinin yardımları ile 15 Orman Başmüdürlüğü'nde işçi eğitim merkezlerinin kuruluşunu gerçekleştirir.

Avrupa Konseyi'nde kurulan Tabiat Kaynaklarını Koruma Komitesi'nde 1963-1974 yılları arasında Türkiye delegesi olarak görev yapar. Görev dönemi boyunca, her yıl toplanan bu komiteden

faaydalanarak Türkiye'ye 13 ayrı devletten uzman getirilmesini sağlar. Bu uzmanlar aracılığıyla da Türkiye'de Tabiat Kaynaklarını Koruma Sistemlerini geliştirir. 1963 yılında Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) toplantısına katılım sağlamak üzere Strasbourg'a; 1965 yılında milli parklar ve benzeri yerlerin idaresi konusunda yapılan toplantıya katılım sağlamak üzere Amerika'ya, Uluslararası Tabiat Varlıklarını Koruma Birliği'nin 9. Genel Kurulu toplantısına katılmak üzere İsviçre'ye gider. 26-30 Haziran 1967 tarihleri arasında Avrupa Konseyi Tabiatın ve Tabii Kaynakların Korunması Avrupa Komitesi 6. Toplantısı'na katılım sağlar.

Ormanlıkta çok taraflı kullanma ilkesinin uygulanması sonucunda, keresteden faydalanması dışında koruma ve kullanma dengesinin de sağlanması ile orman halk ilişkilerinin geliştirilmesine katkı sağlar. Bakanlık onayı ile 3167 sayılı Kara Avcılığı Kanunu gereğince avcılık ile ilgili çalışmaları Nihat Turan ile birlikte geliştirir. Avcılık üzerine yapılan yıllık kongrelerle azalan av hayvanlarının korunmasına yönelik faaliyetler gerçekleştirir. 6. Şube'nin faaliyetlerinin bu kadar genişlemesi sonucunda Orman Genel Müdürlüğü içinde ilk defa Bakanlık onayı ile Milli Parklar ve Eğitim Dairesi kurulur (1967). Bir yıl sonra bu dairenin ikiye ayrılmasıyla ilk kez kurulan Milli Parklar Dairesi Başkanlığı'nın ilk Daire Başkanı olur (1968).

1967 yılında Ürdün'de çalışmalara başlayan Amerika Milli Parklar Heyeti Arap-İsrail Savaşı dolayısıyla ülkelerine dönerken Atina'da bu heyet ile karşılaşan Bayer, bu heyetin Devlet Planlama Teşkilatı'nın davetlisi olarak Türkiye'ye gelmesini sağlar. Tansu Gürpınar bu olayı şöyle aktarmaktadır:

Milli Parklar konusunda çalışmalar yapmak üzere Ürdün'e görevlendirilecek olan dört Amerikalı uzmanın, bu ülkedeki karışıklıktan dolayı bir türlü çalışmalarına başlayamadıklarını bir şekilde duyar. Gerekli yerlerle bağlantılar kurarak bu uzmanların Türkiye'ye getirilmesini sağlar.

Bu girişim, Türkiye'nin milli parkçılığının sistematik olarak planlanmasında çok önemli bir adım olur. Üstelik daha yeni oluşmuş milli parklar birimi için de çok önemli bir deneyimdir.

Amerika'nın desteğiyle ve bu heyetin masraflarının da Amerika hükümeti tarafından karşılanması suretiyle dört yıllık bir çalışma başlatılır. Bu heyet Türk uzmanlarla birlikte milli parkların master planlarını hazırlar. Bu planlar Türkiye'de milli parklar için bir planlama döneminin başlangıcı olur. Dört yıllık çalışma devresinde on iki milli parkın master planı hazırlanır. Planı yapılan milli parkın kaynak değerine göre, plan ekibi içinde üniversitelerden, diğer bakanlıklardan (DSİ, Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü; Milli Eğitim Bakanlığı Eski Eserler ve Müzeler Genel Müdürlüğü; Karayolları Genel Müdürlüğü; Toprak İskan Genel Müdürlüğü; Orman Bakanlığı Ağaçlandırma ve Erozyon Kontrol Genel Müdürlüğü; İmar ve İskan Bakanlığı Bölgesel Planlama Dairesi- Şehir Planlama Dairesi; İller Bankası; İlgili Kaymakamlık; İlgili Orman Bölge Şefliği vb.) ve milli parklar biriminden uzmanlar yer alır.

Bayer, Türkiye'de doğanın korunması ve uzmanlarla işbirliği olanaklarının geliştirilmesi adına başka etkinlikler de gerçekleştirir. Ekibi ile birlikte 1967 yılında Ankara'da ulusal ve uluslararası uzmanların katılım sağladığı Ramsar Sözleşmesi'nin temelini atılmasına vesile olan "Uluslararası Sulak Alanlar Toplantısı" nı organize eder. Bayer ile birlikte çalışan Biyolog-Ornitolog Tansu Gürpınar'ın anlatımıyla Bayer ve ekibi Türkiye'de, çevre sorunlarının çok özel bir alanında Birleşmiş Milletler'in çevre alanındaki ilk uluslararası toplantısı kabul edilen 5 Haziran 1972 tarihli Stokholm Konferansı'ndan beş yıl önce uluslararası bir toplantı düzenleme duyarlılığını gösterir. Bu çaba ve sonuç Bayer'in bireysel girişimi ve ekibine güvenmesi ile doğrudan ilgilidir.

Yapılan bu toplantıda özellikle sulak alanlar ve kuşların korunması için alınan karar ve tavsiyeler uluslararası bir sözleşmenin hazırlanmasına öncülük eder, 1971 yılında İran'ın Ramsar kentinde meyvesini verir; sulak alanlar ve su kuşlarının korunmasına hizmet edecek Ramsar Sözleşmesi imzalanır (Gürpınar 2016). Bayer ve ekibi sayesinde Ramsar Sözleşmesi'nin temeli Türkiye'de atılır.

Yine Bayer tarafından desteklenen ve hayata geçirilen diğer bir ilk, Kuşçenneti Milli Parkına Avrupa Diploması alınmasıdır. 1938 yılında Prof. Dr. Curt Cosswig tarafından keşfedilen Manyas Kuş Cenneti'nin "Avrupa A Sınıfı Diploması" almasında Tansu Gürpınar ve Nejat Özbaykal ile birlikte büyük çaba gösterir. 1967 yılında başlayan serüven 1976 yılında Kuşçenneti Milli Parkı'nın A Sınıfı Avrupa Diploması ile ödüllendirilmesiyle sonuçlanır. Bugün halen ülkemizde A Sınıfı Avrupa Diplomasına sahip tek alan Kuşçenneti Milli Parkı'dır, başka bir alan, ne yazık ki, bu sürece dahil edilemez.

Kuşçenneti Milli Parkı'nı bu diplomayı almasına götüren süreçte de pek çok ilkler yaşanır. Öncelikle bu alanda nesli tehlikede olan tepeli pelikanlar için dünyada başka bir yerde örneği olmayan bir uygulamayı Bayer'in ekibi gerçekleştirir ve pelikanlar için ağaçlar üzerine yapay platformlar kurarak korunaklı bir şekilde üremelerine ve korunmalarına katkı sağlanır. Tansu Gürpınar ve alanda görevli Ali Kızılay bu işin mimarlarıdır. Pelikanların yapılan yuvaya yerleşmesi ise pek çok uzman tarafından "Kuşçenneti'ne büyük bir armağan" olarak görülür. Alman bilim insanı Prof. Dr. Curt Cosswig tarafından ise tepeli pelikanların ağaçta yuvalamalarının bilinen ilk kaydı olduğu teyit edilir. Pelikanlar için ahşap platformların yapılması konusunda dünyada bilinen ilk örnek Kuşçenneti Milli Parkı'dır ve günümüzden 50 yıl öncesinde düşünülerek hayata geçirilen bir uygulamadır.

1967 yılında Türkiye'de doğanın ve doğal değerlerin korunmasına yönelik çok önemli adımların atılması uluslararası basın da dikkatini çeker, pelikanlar için yapılan yuvayı ve çalışmayı görüntülemek üzere BBC ekibi ve ZDF yayın ekibi çekim yapmak üzere Kuşçenneti'ne gelir. Kuşçenneti Milli Parkı'ndaki bu gelişmeler Ankara'dan Milli Parklar Dairesi Başkanlığı (yani Zekai Bayer ve diğer ilgililer) tarafından da yakından ve memnuniyetle izlenir. Bu süreçte Milli Parklar Şube Müdürü olarak göreve başlayan Nejat Özbaykal Daire Başkanı olan Bayer ile Avrupa Konseyi toplantılarını takip etmektedir ve 1970 yılı tüm Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de Avrupa Doğayı Koruma Yılı olarak kutlan-

maktadır. Avrupa Doğayı Koruma Yılı etkinliklerinde BBC ve ZDF tarafından 1967 yılında Kuşçenneti'nde çekilen film, bu iki yayın kuruluşunun belgesel film yarışmasında birinciliği paylaşmasını sağlar. İşte tüm bu gelişmeler ve tepeli pelikanların ağaçta yuvalanmaları Kuşçenneti'ni ilgi odağı haline getirir ve iyi korunan doğal alanlara verilen A Sınıfı Avrupa Diploması için Türkiye'nin başvuru yapması gündeme gelir (Gürpınar 2016).

Avrupa Konseyi tarafından en iyi doğa koruma çalışmaları için verilen en saygın "A" sınıfı diploması ile ödüllendirilen Kuşçenneti, Bayer ve ekibinin üstün çabaları ve başarılı uygulamalarıyla Avrupa Konseyi'ne üye ülkelere örnek alınması gereken bir doğa koruma alanı olarak gösterilir. "A Sınıfı Avrupa Diploması" 1976 yılı Temmuz ayında Kuşçenneti Milli Parkı'nda yapılan bir törenle Avrupa Konseyi Genel Sekreteri tarafından Orman Bakanı Sayın Turhan Kapanlı'ya takdim edilir. Avrupa Konseyi Genel Sekreterinin bu ziyareti siyasi bir konu dışında Kuşçennetine diploma vermek için gelmiş olması bir ilk olarak görülür ve de ilginç karşılanır (Gürpınar 2016).

Dünya Milli Parklar Komisyonu'nun 1971 yılında Yeni Delhi'de yapılan konferansında milli parkların kuruluş esasları yeniden tespit edilir. Bu konferansta milletlerin harp sahalarının da milli park olarak seçilmesi kabul edilince, Bayer de Çanakkale Zaferi'nin geçtiği yerleri Gelibolu'yu Milli Park ilan etmek üzere Bakanlık onayını hazırlar. Gelibolu Tarihi Milli Parkı hükümet tarafından da benimsenir ve uluslararası mimari projesi yarışması açılır. İlk savaş tarihi alanın milli park olarak ilan edilmesi fikri ve çalışmaları Bayer tarafından başlatılır ve yürütülür. Bayer, Orman Bakanlığı'nda Teknik Başmüşavir olarak görevlendirilir (1973); daha sonra tekrar Milli Parklar Dairesi Başkanı olur (1976). Bakanlık Müşaviri olarak atandıktan sonra aynı yıl 30 yıllık memuriyet yaşamını sona erdirerek emekli olur (1978).

Bayer yaşamı boyunca, bir kısmı uluslararası nitelikte olan çok önemli ödüllere layık görülür. Uluslararası özelliği olan iki ödül oldukça önemlidir. Bunlardan biri, Amerika Uluslararası II. Milli Parklar Kongresi'nde almış olduğu ve dün-

yada beş kişiye verilmiş olan Altın Sınıf Madalmasıdır (1972). Bir diğeri ise Almanya'da aldığı ödüldür. Almanya Bonn Üniversitesi'nde, iki bin davetlinin katılımı ile yapılan törende Bayer'in, milli parklar konusundaki fahri doktora tezi kabul edilir (1980). Peyzaj Mimarisi dalında Fahri Doktor unvanı alır. Aynı toplantıda, Bonn Friedrich Wilhelms Üniversitesi Alexander von Humboldt Vakfı tarafından çevre sorunları ve doğayı koruma yolundaki çalışmaları nedeniyle Almanya'da her yıl bir yabancı uzmana verilen ödüle layık görülür. Tienhofen Altın Madalyasını alan ilk Türk olur. Sonrasında da Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Üstün Hizmet Ödülü'ne layık görülür (1987).

Bayer'in çalışma azmi, becerisi ve girişkenliği; hayatını kendini geliştirme, öğrenme, öğrendiklerini başkaları ile paylaşma ve özellikle de örgütlü harekete önem verme arzusu, onu pek çok ulusal ve uluslararası kuruluşa üye olmaya veya birlikte çalışmaya da iter. Daha mesleğinin ilk yıllarından başlayarak çeşitli meslek kuruluşlarına üye olur, kuruculuğunu yapar ve ömrünün sonuna kadar da sivil toplum kuruluşlarını destekler. Ulusal düzeyde en başta kendi meslek örgütü olan Orman Mühendisleri Odası ve Türkiye Ormancılar Derneği'nin üyesi olur. Türkiye'de Doğayı Koruma Vakfı, Türkiye Tabiatını Koruma Derneği (kurucu üye), Peyzaj Mimarisi Derneği, Peyzaj Mimarları Odası (Onur Üyesi) gibi doğrudan kendi mesleği ve çalışma alanları ile ilgili sivil toplum kuruluşlarına üyeliğinin yanı sıra Skal İstanbul Kulübü, Türkiye Otomobil Turing Kulübü ve Gaziosmanpaşa Lions Kulübü gibi sosyal içerikli sivil toplum örgütlerine de katılım sağlar. Günümüzde dahi sayılı doğa korumacının şahsi olarak üyesi olduğu IUCN-Uluslararası Doğa Koruma Birliği'nin Korunan Alanlar Komisyonu'nda (CNPPA) Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev alan Bayer, ülkemizi IUCN ile de tanıştıran kişidir. Avrupa Milli Parklar Federasyonu, Dünya Avcılık Konseyi (CIC), Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konseyi, Biyoloji Programı (CT), FAO- Uluslararası Ormancılık Araştırma Organizasyonu (IUFRO) Rekreasyon Grubu, Uluslararası Rekreasyon Cemiyeti (IRA), Uluslararası Park ve Rekreasyon Federasyonu

(IFPRA), Uluslararası Kuşları Koruma Birliği (ICBP)-(RSPB), Akdeniz Deniz Biyolojisi Cemiyeti (MAMBO), Uluslararası Kampçılık ve Karavancılık Kulübü (FICC), Uluslararası Mimari Fotogrametri Komitesi (ICOMOS)-(CIPA) ve Uluslararası SKAL Kulübü (AISC) üyeliklerine sahip uluslararası bir kişidir. Bu organizasyonlarda sadece bir üyelikle yetinmeyip ülkemizde ortak çalışmalar yapılması yönünde de emek ve çaba sarf eder. Birleşmiş Milletler Çevre Sorunları Organizasyonunda da Müşavir Uzman (UNEP)-(ICVA) olarak görev alan Bayer, milli parklar ve doğanın korunmasına yönelik pek çok geliştirmeleri Türkiye milli parkçılığına taşımayı da sağlar.

DANIŞMA MECLİSİ GÜNLERİ

Bayer Danışma Meclisi'ne, İstanbul'dan müracaat eden 1673 adayın içinden seçilir (1982). Danışma Meclisi üyeliği siyasetle ilk teması gibi görülse de daha önce sonuçlanmayan başka bir girişimin de muhatabıdır (1971). Bayer, Süleyman Demirel'in istifası sonrasında hükümeti kurma görevini alan Nihat Erim'in, Bakanlık teklifi götürdüğü kişiler arasında yer alır. Bayer, gazetecilerin Bakanlık teklifi alıp almadığı yolundaki sorusunu "*Sayın Erim evimden beni telefonla aradılar. Bu telefon üzerine geldim. Genel bir görüşme yaptık. Bakanlık teklifi için bir şey söyleyemem. Belli olmaz*" şeklinde yanıtlar (Milliyet 1971: 9). Zamanın erken baskı yapan akşam gazetelerinde Orman Bakanı olarak ilan edilir. Ancak son anda yapılan başka girişimler sonucu Orman Bakanlığı'na Prof. Dr. Selahattin İnal atanır.

Bayer, iki yıllık Danışma Meclisi üyeliği görevi sırasında oldukça aktif görev yapar. 1965 yılından itibaren bir türlü çıkarılmayan, mesleki olarak büyük önem verdiği Milli Parklar Kanunu ile Çevre Kanunu ve 6831 sayılı Orman Kanunu'nda değişiklik yapılmasına dair teklifleri bizzat kendisi hazırlar. Milli Parklar Kanunu'nun teklifi, 6831 sayılı Orman Kanunu'nun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine ve Bazı Maddelerinin Yürürlükten Kaldırılmasına İlişkin Kanun Teklifi, Kültür Varlıklarını Koruma Kanun Tasarısı, Kara Avcılığı Kanun Tasarısı, Çevre Kanun Tasarısı süreçlerini etkin olarak takip eder ve kanunlaşmalarını ve/veya değişikliklerin kabullerini sağ-

lar. Meclise gelen hemen hemen pek çok konu hakkında çok kez söz alarak katkı sunar.

1960 yılında Milli Parklar konusunda ilgili üniversite ve kamu kurum temsilcilerinin katılımıyla Ankara'da yapılan bir toplantıda özel bir Milli Parklar Kanunu'nun çıkarılması kararı alınır. Bu karara istinaden 1. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda bu kanunun çıkarılması bir görev olarak tanımlanır. İlki 1965 yılında olmak üzere, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne daha sonra iki kez daha sunulan Mili Parklar Kanunu tasarısı kanunlaşmayarak kadük olur. Milli Parklar Kanunu'nun çıkarılması Bayer'in Danışma Meclisi üyeliği döneminde mümkün olur. Bayer, Danışma Meclisi Başkanlığı'na 55 arkadaşı ile beraber sunduğu Milli Parklar Kanunu teklifinde konunun önemini şu cümlelerle vurgular:

Ülkemizde tabii ve kültürel varlıkların olağanüstü özellik ve güzellik taşıyan örneklerinin sürekli korunması, buralarda bilimsel ve eğitici çalışmalara imkân verilmesi, sosyal, kültürel, sportif ve turistik gayelerle çok yönlü, düzenli, sürekli, etkili bir sistemde, idare ve işletilmesini sağlayarak, mevcut ve yeniden tesis edilecek Millî Park ve benzeri uygulamaların prensip, politika ve stratejilerini bir bütün olarak ele alan kanun teklifimiz.

Bayer, Milli Parkların doğal-kültürel değerlerin korunması yanında turizme olan katkısının da yadsınamaz olduğunu gözetten bir yaklaşım izler. Milli parkların ülkenin tanıtımı ve ülke turizmine olan etkisine dikkat çeker. Bunu Milli Parklar Kanunu'nun gerekçesinde de açıkça ifade etmektedir:

Gelişen sosyal ve ekonomik koşullara bağlı olarak toplumumuzun da doğal çevrede dinlenme, eğlenme ve tatil yapma talepleri hızla artmakta ve üstün turizm kaynaklarımıza dış turizm talepleri de yükselmektedir. Bu taleplerin, özellikle sahillerde hızlı ve düzensiz gelişmelere ve yapılaşmalara neden olduğu açıkça izlenmekte, artan bu talebe karşılık, zamanında ve planlı hizmet arzı sağlanmadığında, onarılması imkânsız doğal çevre tahribatı oluşmaktadır. Ülkemiz, doğal özellikler ve estetik bütünlük gösteren ve bunların yanında tarihî devirlerde insan zekâsı ve hüneriyle şekillenmiş farklı kültürlerin müstesna izlerini taşıyan, ulusal hatta uluslararası düzeyde önemli ve özel koruma ve kullanma statüsü içinde kıymetlendirilmesi gerekli, Millî Park, Doğa Parkı, Doğa Anıtı ve Doğayı Koruma Alanı olarak değerlendirilmesi kaçınılmaz üstün kaynak verilerine sahip bulunmaktadır. Bu nedenle yurdumuzun doğal ve kültürel olağanüstü özellik ve güzellikler taşıyan

yörelere, sürekli korunması, buralarda bilimsel ve eğitsel çalışmalara imkân verilmesi, sosyal, kültürel ve turistik gayelerle, çok yönlü, düzenli, sürekli, etkili, verimli bir faydalanmaya sunulması gerekir.

Bayer, ormancılık, çevre ve milli parklar konusunun yanı sıra bu unsurların turizm içinde ne kadar önemli olduğu ve turizmin gelişmesi konusuna verdiği önemi, Danışma Meclisi üyeliği süresince yürüttüğü yasama faaliyetlerinde sıklıkla gündeme getirir. Çevre Kanunu teklifinin görüşülmesi sırasında, teklifin “aşırı ve yanlış kullanım nedeniyle, ülkenin temel ekolojik sistemlerinin dengesinin bozulmasını, hayvan ve bitki türlerinin nesillerinin tehlikeye düşürülmesini, doğal veya tarihî değerlerin oluşturduğu peyzaj bütünlüklerinin tahribini” yasaklayan 8’inci maddesine ilişkin yaptığı konuşması, doğal alanların turizm açısından önemine ilişkin yaklaşımını göstermektedir:

Sekizinci madde; yöresel, kentsel ve kırsal alanda yanlış arazi kullanımlarını ve peyzaj bütünlüğünün bozulmaması konusunu ortaya koyuyor. Bu ülkemiz gerçekleri bakımından ve ülkemizin geleceği için turizm ilkeleri bakımından çok önemli bir konu. Burada size iki ufak misal vermeyi kendime görev saydım: Bir tanesi bugün Akdeniz kirlenme olayı çok büyük bir turizm potansiyeline sahip Akdeniz memleketleri için önemli bir olay haline gelmiştir ve «Akdeniz’de kirlenmeyen deniz» diye yapılan araştırmalara göre, Rodos Adası ile Bodrum ve Marmaris sahil yöresi kalmıştır. Yani Türkiye böyle bir kararı, arazi kullanma kararını dünyaya ilan ettiği zaman, çok önemli büyük bir potansiyel olan turizm potansiyelini geliştirmek imkânına sahip olacaktır.

Hüsnü Gümü, Bayer’in Danışma Meclisi üyeliği sırasında turizme yaptığı katkılarını bireysel tanıklığını şu şekilde ifade etmektedir:

Bayer ile Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nda görev yaptığım, onun da Danışma Meclisi üyesi olduğu dönemlerde beraber çalışma imkânımız oldu. Meclis komisyonlarında, Kalkınma Planı çalışmalarında ve Meslek Kuruluşları (Dernekler) ile yapılan çalışmalarda yol gösterici oluyordum. Bilgi ve deneyimlerini paylaşmaya çalışan bir kişiliği olduğunu hatırlıyorum. Kendi Bakanlığında ve turizm camiasında da sevilen ve görüşlerine değer verilen bir kişiydi. Turizme Giriş ve diğer kitaplarındaki görüşlerin bir kısmı, peyzaj, milli park, doğal yaşamın korunması gibi kavramların ülkemizde gündeme yeni taşındığı dönemlerde çok kişiye yol gösterici olduğunu düşünüyorum.

Bayer, iki yıl süren Danışma Meclisi üyeliği sırasında yedi adet kanun, komisyon ya da içtüzük

teklifinde bulunur, çok farklı konularda onlarca kez söz alarak görüşünü açıklar. Sivil bir Meclis Üyesi olarak pek çok zorluklar ve olumsuzluklara karşın, girişken, olumlu yapısı, bilgi ve donanımı ile bugün dahi güncelliğini koruyabilen mevzuatların çıkmasını sağlayarak önemli bir görevi başarır. Bayer, sivil döneme geçiş sürecinde Milliyetçi Demokrat Partisi’ne üye olur. Bu partide milletvekili olarak siyasete devam etme arzusu, aday gösterilmeyince gerçekleşmez. Bundan sonraki yaşamında özellikle turizm konusundaki çalışmalar daha fazla yer tutmaya başlar.

TURİZM İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARI

Bayer’in turizm ile tanışması, Amerika’ya staj ve ihtisas yapmaya gittiği yıllara dayanmaktadır (1953). Michigan State Üniversitesi’nde rekreasyon konusunda yaptığı yüksek lisans ile turizm ile olan bağı daha da gelişir (1962). Rekreasyon konusundaki yüksek lisans derecesi aslında turizm odaklı olup, bu süreçte kendisini koruma ve turizm konularında geliştirir. Devlet Planlama Teşkilatı’nda Bakanlar Kurulu Kararıyla kurulan Türkiye Turizmi Geliştirme Komisyonu’na üye olarak seçilir ve turizm uzmanı olarak görev alır (1969). Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarı Turgut Özal başkanlığındaki kurulda dört müsteşar, daire başkanları ve Bayer yer alır. Bu kurul, Türkiye turizminin gelişmesinin ana hatlarını oluşturur.

1969 yılından başlayarak 1972 yılına kadar Turizm Koordinasyon Kurulu Üyesi olarak turizm ile ilgili konularda aktif olarak görev alır. Öte yandan, 1960-1986 yılları arasında Turizm Bakanlığı’nda kurulan Turizm Merkez Komisyonu (1957) ve Belgelendirme Komisyonu’nda (1983) da görev yapar. Bu süreçte turizm yatırım ve işletme belgelerinin verilmesine yönelik çalışmalar içinde yer alır. Turizm Bakanlığı’nda yaptığı komisyon üyeliği sürecinde Turizm Teşvik Yasası’nı hazırlayan Turizm Kurulu’nun başkanlığını yapar. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun çıkartılmasına katkı sağlar (1982).

1971 yılında Marmara Bölgesi Turistik Otelciler Derneği ve on üç kişi ile kurulan Türkiye Otelciler Birliği’nin (TUROB) kuruluşunda profesyonel destekçi olarak yer alır. 1978 yılından başlaya-

rak uzun yıllar burada Başkanın olarak görev alır. Bayer, Danışma Meclisi üyeliği sonrası turizm alanıyla ilgili çalışmalarını yoğunlaştırır. 984/685 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile kurulan, 11 Aralık 1984 tarihli Resmi Gazete’de ilan edilen Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı’nın kurucuları arasında yer alır. Kurucu başkanı dönemin Kültür ve Turizm Bakanı Mükerrer Taşcıoğlu’nun olduğu Vakfın kurumsal üyeleri içinde Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Bankası, Hilton İstanbul ve Sheraton otelleri yer almaktadır. Vakfın amacı kuruluş ilanında şu şekilde belirtilmektedir:

Ülkemizde mevcut turizm potansiyeline turizm gereklerine uygun işlerlik kazandırmak, yeni turizm potansiyeli yaratmak, turizmin ülke ekonomisine katkısını artırmak için turizmi her yönüyle uyumlu ve gerçekçi bir görüşle inceleyerek ele almak, kısa ve uzun vadeli turizm politikasının oluşması ve uygulamasına katkıda bulunmak, bu doğrultudaki çabaların organizasyon ve koordinasyonuna yardımcı olmak ve bu konularda başarıyı sağlayacak turizm eğitiminin oluşması için kısa ve uzun vadeli turizm eğitiminin oluşması için kısa ve uzun vadeli turizm eğitiminin politikasının tespit ve planlamasının yapılmasını sağlamak, bu plana uygun programların teşbihini ve her kesim ve kademedede uygulanmasını gerçekleştirmek, kamuoyu eğitiminden, hizmet personeli, yönetici ve eğitimci eğitimine kadar bir bütün olan turizm eğitimi geçerli her yöntem ve vasıtayla yapmak ve yapılmasını sağlamak.

Bayer’in turizm sektörüne olan katkıları, her zaman takdirle karşılanır. Ölümünden bir yıl kadar önce, turizme yaptığı katkılardan dolayı, Turizm Gazetecileri ve Yazarları Derneği (TUYED) tarafından Turizme Hizmet Ödülü’ne layık görülür (2008).

AKADEMİK YAŞAMI

Çok yönlü bir kişiliği olan Bayer, öğrendiklerini ve deneyimlerini gerek çalışmış olduğu kurumda, gerek görev aldığı komisyonlarda ve gerekse akademik camiada paylaşmanın yollarını bulmuş ve bunu da büyük bir başarıyla yapar. Kurumsal çalışmalarının yanı sıra akademi ve üniversitelerde ders vermeye başlar (1974). Emekliliği sonrasında İstanbul’a yerleşmiş, ancak milli parklarla ilgili çalışmalarını gönüllü eğitmen olarak devam ettirir (1978). İstanbul Devlet Mimarlık Mühendislik Akademisi’nde, İstanbul Orman Fakültesi’nde milli parklar ve pey-

zaj mimarisi konusunda dersler vermeye başlar. İstanbul Orman Fakültesi’nde Peyzaj Mimarlığı Bölümü’nün kuruluşunda hizmetleri geçer (1985). Bölgesel Planlama, Milli Parklar, Turizm ve Halkla İlişkiler, verdiği dersler arasındadır. İşletme Fakültesi ve İşletme İktisadi Enstitüsü’nde yer alan turizm uzmanlık programlarında Turizm Giriş dersini verir. Hatta 230 sayfalık “Turizm Giriş” başlıklı eseri, uzun bir dönem ön lisans ve lisans turizm eğitimi veren öğretim kuruluşlarının başucu rehberleri arasında yer alır. Bayer, İstanbul Üniversitesi’nde 1987-1988 eğitim-öğretim yılından itibaren “Turizm Giriş” derslerini bizzat kendisi verir. Metin Kozak, Bayer’in Turizm Giriş kitabının önemini şu şekilde vurgulamaktadır:

1992 yılında Öğretim Görevlisi olarak üniversitedeki görevime başlayınca vermekte olduğum dersler arasında olan “Genel Turizm” içeriğini hazırlarken Bayer’in bu kitabından da geniş ölçüde yararlandım. O dönemde, üniversitede özellikle de ön lisans öğrencilerinin anlayabileceği düzeyde bu tür kitapların sayısı oldukça sınırlı idi. Dönemin yayınevlerinden olan Adım Yayıncılık’a (bugünkü adıyla Detay Yayıncılık) verdiğim siparişler arasında Bayer’in bu eseri de yer alır.

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi ve İşletme İktisadi Enstitüsü yayınları arasında çıkan bu eser, Bayer’in 1954 yılından itibaren elde ettiği gözlemlerine ve tuttuğu notlarına bağlı kalınarak hazırlanır. Daha çok turizm ile ilgili yasa ve yönetmelik maddelerine yer verilen kitap teorik bilgiden öte uygulamaya dönük bilgi demeti sunmaktadır. Bu nedenle, Bayer tarafından eserin önsüzünde de vurgulandığı gibi “Kitabın hiçbir iddiası yoktur. Hazırlanan eser dokümanter bir çalışmadır”. Turizm işletmeciliği, turizm ekonomisi ve turizmin türleri gibi hemen her turizm kitabında yer alan kavramlar bu eserde de bulunmakla birlikte, rekreasyon, mesire yerleri, milli parklar ve yaban hayatı gibi daha çok ormancılık ile ilgili konulara da fazlasıyla yer verildiği görülür. Hiç kuşkusuz, orman ve rekreasyon konusunda aldığı eğitim ve edindiği uluslararası deneyim, kitabın bu özelliğini daha çok ön plana çıkarır.

Bayer, yine 1988-1989 eğitim-öğretim yılında İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü’nde “Kırsal Peyzaj Planlama” (Milli park ağırlıklı) dersini vermeye başlar. 1989-

1990 ve 1990-1991 yıllarına ait bilgiler arşivde bulunamamış olmasına karşın, bölüm öğretim üyeleri tarafından ders verdiği teyit edilmektedir. 1991 yılından sonra 2006-2007 eğitim öğretim yılı da dâhil olmak üzere yine İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü'nde "Kırsal Planlama ve Turizm ilişkileri" dersini verdiği bilinmektedir. Sağlığı el verdikçe eğitim çalışmalarına gönüllü olarak katkı sağlar. Akademik yaşamı içinde ders veren bir hoca olarak yer almasının etkisiyle, Danışma Meclisi üyeliği sırasında yeni kurulmuş olan Yüksek Öğrenim Kurulu (YÖK) ile ilgili konularda eleştirel görüşlerini kamuoyu ile paylaşır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Genç bir orman mühendisi olarak 1950'li yıllarda gittiği Amerika'dan dönerken Türkiye doğasının sistemli bir şekilde korunması yolunda ilk adım olarak sayılabilecek bir kavramı da beraberinde getirir: "Milli Park". O günden sonra Bayer, yıllarını doğanın belirli parçalarının bütünlük içinde korunarak, rekreasyonel amaçla kullanılmasına dayanan "milli park" kavramının hayata geçirilmesine adar. 19. yüzyılın ikinci yarısında batıda yeşeren ve kurumsallaşan "milli park" kavramının Türkiye'de hayata geçmesi yaklaşık yüz yıl sonra gerçekleşir. Ormanların devlet tarafından işletilip korunmasını amaçlayan düzenlemelere karşın, 1958 yılına kadar Türkiye'de sistemli bir doğa koruma mekanizması bulunmamaktaydı. Bu nedenle, Yozgat Çamlığı Milli Parkı'nın ilanı Türkiye'de milli parkçılığın miladıdır. Türkiye'nin 59 yıl önce 264 hektarlık bir alanla başlayan milli park yolculuğu, bugün itibarıyla toplam 851.298 hektar alana sahip 42 milli parka ulaşır.

Bayer, Amerika'ya staj ve ihtisas yapmaya gittiği yıllarda ve Michigan State Üniversitesi'nde rekreasyon konusundaki yüksek lisans öğrenimi sırasında turizm konusunu öğrenir, içselleştirir. Bu süreçte kendisini koruma ve turizm konularında geliştirir. Genel olarak çalışmaları "Milli Park", "Ormancılık" "Eğitim-Yayın" ve "Turizm" üzerine odaklanır. Bayer, doğanın korunması ve milli parkçılık konusunda pek çok ilklerin yaşanmasını sağlar. İlk milli park ilanı, ilk Milli Parklar

Kanunu, ilk Avrupa Diploması, ilk uluslararası doğa koruma örgütlerine üyelikler, örgütsel yapılanmalara destekler, peyzaj mimarlığı mesleğine katkılar, turizmin koruma-kullanma dengesi içinde yapılabilmesine yönelik çabalar, uluslararası proje deneyimi. Bayer, uzman fikirlere saygılı, bilgi ve deneyimini paylaşmaktan zevk duyan, çalıştığı ekibinin özlük haklarını koruyup kollayan, ekip ruhuna inanan ve kendisinin işe dâhil olmasına bağlı yapısıyla bulunduğu her ortamda herkes için rol model olur. Her toplantı veya yurtdışı çalışmalarını başarıyla gerçekleştiren, her toplantı veya çalışmanın sonucunu Türkiye millî parkçılığına yansıtılabilen, çok yönlü, becerikli, pratik, hızlı, doğru karar verebilen, çok çalışkan ve çok yüksek ikna kabiliyeti becerisine sahip bir kişidir.

Bayer, yaşamı boyunca yürüttüğü çalışmalarını kimseyi kırmadan, boynundan hiç çıkarmadığı papyonu ve yüzünden eksik etmediği gülümsemesi ile gerçekleştirir. Yaptıkları ile unutulmazlar arasında hak ettiği yeri alır. Bayer'in biyografisinin yazımı aşamasında yazılı kaynaklar kadar sözlü pek çok kaynaktan da faydalanıldı. Halen hayatta olan pek çok mesai arkadaşı ve kendisiyle birlikte çalışmış farklı kurumlarda olan pek çok kişi ile görüşüldü. Her biri anılarını paylaşıp bilgi verirken, böyle bir çalışmanın yapıyor olmasının kendilerini çok mutlu ettiğini, ormancılık, milli parklar ve turizme çok büyük hizmetler etmiş olan Bayer'in unutulmaması gerektiğini, kendilerine ulaşıp bu çalışmaya katkı sunma fırsatı verilmiş olmasından dolayı onur duyduklarını buğulu gözler, çatlak sesler biraz da unutulmuşluğun verdiği hüznle ifade ettiler. Görüşülen isimlerin her birini atlamadan tek tek yazmanın olanaksızlığının farkındayım. Bu nedenle, hepsine bu eksikliği hoş görmelerini dileyerek, yürekte teşekkür ediyorum. Rahmetle andığımız Muhsin Zekai Bayer, Milli Parkların babasıdır ve bu çalışma sonrasında; yaptıklarını ve bize bıraktığı mirasları gönülden kabul ettiğim "BÜYÜKBABAM" ...

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Bayer, M. Z. (1954). *Çocukların Orman Kitabı*. Ankara: Tarım Bakanlığı Orman Gn. Md., Yayın Sıra No:10/130.
- Bayer, M. Z. (1954). *Kavak*. Ankara: OGM Yayın Sıra No:41/185.

- Bayer, M. Z. (1956). *Ormanlarımız ve Ormancılığımız*. Ankara: OGM Yayın Sıra No:57/210.
- Bayer, M. Z. ve Toygar S. (1959). *Orman Koruması ile İlgili Mevzuat*. Ankara: T.C. Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bayer, M. Z. (1962). *Orman Ağaçlarımızı Tanıyalım*. Ankara.
- Bayer, M. Z. (1964). *Milli Parklar ve Orman İçi Mesire Yerleri*. Ankara: T.C. Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bayer, M. Z. (1964). Radyo Konuşmaları (Ankara Radyosu Günaydın Programı).
- Bayer, M. Z. (1964). *Amerika Birleşik Devletlerinde Tabiat Kaynakları ve Organizasyonu*. Ankara: Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü.
- Bayer, M. Z. (1966). *Rekreasyon İmkânlarımız ve Milli Parklar*. Ankara: T.C. Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bayer, M. Z. (1966). *Milli Parklar, Önemi, İlişkileri ve Planlaması*. Ankara: T.C. Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bayer, M. Z. (1968). *Orman Kitabı*. Ankara: T.C. Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bayer, M. Z. (1955). *Toprak Erozyonu*. Ankara: Ziraat Vekâleti Orman Umum Müdürlüğü.
- Bayer, M. Z. (1977). *Peyzaj Mimarisi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi. Ankara.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizm Giriş*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayın No: 253. İstanbul.
- Bayer, M.Z. (1952). Meslektaşların Hatırlattıkları (Ormancılık Hakkında), *Orman ve Av*, 24 (12).
- Bayer, M.Z. (1954). Kâğıt ve Orman, *Türkiye Ziraat Bankası Mecmuası*.
- Bayer, M.Z. (1954). *Yakın Şark Memleketleri Ormancılık Politikası Semineri*. Ankara: Türkiye Ziraat Bankası Mecmuası.
- Bayer, M.Z. (1958). *UNESCO ve Kurak Bölge Araştırmaları*. Ankara: Türkiye Ziraat Bankası Mecmuası.
- Bayer, M.Z. (1958). Ağaçlar ve Hatırlattıkları., *Türkiye Ziraat Bankası Mecmuası*.
- Bayer, M. Z. (1959). *Milli Parklar ve Çocuk*. İstanbul: Pedagoji Cemiyeti. I. Eğitim Kongresi, İstanbul.
- Bayer, M.Z. (1962). *Amerika Milli Parkları*. Ankara: Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Teknik Haberler Bülteni 1 (2).
- Bayer, M.Z. (1962). 1962 Yılıın Ormancılık Problemleri, *Orman ve Av*, 27 (1).
- Bayer, M.Z. (1962). Amerikan Tarım Bakanlığı Köy Kalkınma Çalışmaları, *Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Teknik Haberler Bülteni*, 1 (4).
- Bayer, M.Z. (1963). Ormancılıkta Yeni Ufuklara Doğru: İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Mimarisi Bölümü Öğrenci Arıyor, *Orman Mühendisleri Dergisi*, 2 (5): 5-6.
- Bayer, M.Z. (1963). Avrupa Konseyi, Tabiatı ve Manzara Güzellikleri Koruma Ekspertler Toplantısı, *Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Teknik Haber Bülteni*, 2 (5).
- Bayer, M.Z. (1963). Düzce Orman Tekniker Okulunun Suriye Seyahati Hakkında Rapor, *Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Teknik Haber Bülteni* 2 (7).
- Bayer, M.Z. (1963). Avrupa Bakanlar Konseyi Tabiatı ve Manzara Güzelliklerini Koruma Ekspertler Komitesi İkinci Toplantısı Raporu, *Tarım Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü Teknik Haber Bülteni*, 2 (8).
- Bayer, M.Z. (1966). *Milli Parklar - Önemi, İlişkileri ve Planlaması*. Ankara.
- Bayer, M.Z. (1975). İstanbul Boğaz ve Doğal Bitki Örtüsü Yönünden Çevre Sorunları, *İstanbul Boğazı ve Çevresi Sorunları Sempozyumu*, İstanbul.
- Bayer, M.Z. (1978). Ülkemizde Milli Parklar, *Arkitekt*, 2.
- Bayer, M.Z. (1990). Eco-Turizm, *I. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler*, Kuşadası, ss.172-176.
- Bayer, M. Z. (1990). Turizm-Çevre İlişkileri, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8-9: 38-44.
- Bayer, M.Z. (1991). 1990 Yılında Turistik Konaklama Tesislerindeki Gelişmeler, Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (15-16): 15-18.
- Bayer, M.Z. (1991). Turizm Planlaması ve Eko-sistem ilişkileri, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (21-22): 34-36.
- Akesen, A., Bayer, M.Z. ve Istanbul T. (1992). National Parks And Protected Areas in Turkey, *IV. World Congress on National Parks and Protected Areas*, IUCN/CNPPA,
- Bayer, M.Z. (1993). Milli Parklar ve Türkiye Açısından Önemi Ve Alınması Gereken Önlemler I, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (4/6): 22-25.
- Bayer, M. Z. (1994). Milli Parklar ve Türkiye Açısından Önemi, Alınması Gerekli Önlemler II., *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1-2: 53-57.
- Bayer, M.Z. (2003). Milli Parklar, Koruma Alanları ve Orman Peyzajı, *Tabiat ve İnsan Dergisi*, 37 (4).

KAYNAKÇA

- Anonim (2009). Ormancılar Anılarını Yazıyor. Ankara Orman Böle Müdürlüğü ve Öz Orman-İş Sendikası İşbirliği, *Öz Orman-İş Sendikası Yayınları*, 1: 219-223.
- Ayşegül Hanım- Muhsin Zekai Bayer'in Sekreteri, 10 Aralık-15 Aralık-20 Aralık 2016 tarihli görüşme. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizm Giriş*. İşletme Fakültesi Yayın No: 253. İstanbul.
- Çançın, O. 10 Ocak 2017 tarihli görüşme. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
- Çimenci, Y. 26 Ekim-25 Kasım, 18 Aralık 2016 tarihli görüşmeler. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
- Ensari, Y. 22 Aralık 2016 tarihli görüşme. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
- Erdönmez, M. 5-7 Aralık 2016 tarihli görüşmeler. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
- Gümüş, H. 7 Aralık 2016 ve 9 Ocak 2017 tarihli görüşmeler. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
- Gürpınar T. (2016). Uçarsa Toy, Kaçarsa Ceylandır. Tansu Gürpınar: Doğayla Geçen Yıllar, Kalkınmaya Katkı Verenler-4. Kalkınma Atölyesi, Ankara.
- Gürpınar, T. 31 Kasım 2016, 02 Aralık 2016, 1Aralık 2016 ve 2 Mart 2017 tarihli görüşmeler. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).

Kubaoğlu, R. 30 Kasım 2016 tarihli görüşme. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
Milliyet Gazetesi, 25.03.1971 tarihli haber, s.9.
Ölçer, S. 2 Aralık 2016 tarihli görüşme. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
Öz, N. 2 Aralık 2016 ve 10 Ocak 2017 tarihli görüşmeler. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).
Özbaykal, N. 19 Ekim 2016, 21 Kasım 2016 ve 12 Aralık 2016 tarihli görüşmeler. (Görüşen: Nihan Yenilmez Arpa).

Şükun K. (2002). Günümüz Türkiye’inde Kim Kimdir, Türkiye Büyük Millet Meclisi- F.62: 141-142.

<http://www.turizmhaberleri.com/>

<http://www.turizmhabercisi.com/zekai-bayer-vefat-etti.html>

Dr. Nihan YENİLMEZ ARPA, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Milli Parklar Dairesi Başkanlığı, Ankara.

E-posta: nihanarpa@gmail.com

Ankara Otelcilik Okulu’nun Efsane Müdürü: Yunus Aslan

Arzu TURAN

Anadolu Üniversitesi

Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Yaşamı boyunca turizmle ilgili pek çok alanda uğraş vermiş olsa da en çok “Ankara Otelcilik Okulu Müdürü” olmayı ve öğrencilerini sevmiş biri olan Yunus Aslan’ı, Prof. Dr. Nazmi Kozak tarafından yürütülen *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi* vesilesiyle tanıdım. Görüşme tarihinden yaklaşık altı ay önce e-posta yoluyla tanıştığım Aslan ile yazışmalar ve paylaşımlarla geçen ayların ardından, 2015 yılının Nisan ayında Düsseldorf’ ta buluşarak görüşmemizi gerçekleştirdik. Aslan, tam anlamıyla bir beyefendi... Görgü kurallarına uymayı doğal bir şekilde yaşamının bir parçası haline getirdiği için Aslan ile aynı havayı solumak, yemek-içmek, konuşmak gibi sıradan eylemler bile müthiş önem kazanıyor. Türk turizmine olağanüstü hizmetler veren insanları yetiştirmiş ve onlar tarafından hâlâ çok seviliyor olmanın haklı gururunu yaşasa da her konudaki mütevazılığı ile dikkat çekiyor. Anlatımın yetersizliğinden endişe etsem de bu yazıda, 1961 yılında kurulan ve örgün turizm eğitimi anlamında Türkiye’nin öncü örnek kurumu olan Ankara Otelcilik Okulu’nun müdürü olma özelliğinin yanı sıra turizme yönetici olarak da uzun yıllar hizmet veren Aslan’ı anlatmaya çalışacağım.

YAŞAMI

Yunus Aslan, Anadolu’nun mahrumiyetlerle dolu küçük bir ilçesi olan Uşak’ın Eşme ilçesinde dünyaya gelir (1936). İlkokul üçüncü sınıfa kadar

okuyabilmiş müezzin bir babanın ve okuma yazması olmayan bir annenin çocuğudur. Çocukluğu öyle sıkıntılarla geçmiştir ki, Şair Eşref’in iki dizesi dilinden hiç düşmez: “Kuluna gazap eder ise Huda’sı, ona mesken olsun Eşme Kazası.” Eşme’de bir ilkokul binası olmadığı için dördüncü sınıfa kadar belediye binasının bir odasında eğitim görür. Dördüncü sınıfa geldiğinde Eşme Dumlupınar İlkokulu’nun açılmasıyla, birleştirilmiş sınıflarda ilkokulu bitirir (1948). İlkokuldan sonra eğitim yaşamına devam edemeyeceğini düşünürken -şans bu ya- ilkokuldan mezun olduğu yıl, ilçeye Eşme Ortaokulu’nun açılmasıyla ortaokula devam eder. Ortaokulu bitirdiğinde (1951), yatılı okul kazanma gayesiyle askeri liselere başvurur. Beden eğitimi sınavını verir, ancak ikinci sınavda başarılı olamaz. Bunun üzerine babası, varlıklı ailelerin bile çocuklarını kaydettirmekte güçlük çektiği İzmir Atatürk Lisesi’ne Aslan’ın kaydını yaptırır. Sosyal yönü güçlü bir öğrenci olan Aslan, liseyi başarıyla bitirir (1955). O yıllarda giriş sınavı zorunluluğu olmadığı için Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ni tercih eder. Bir yıl sonra sınıfını geçmiştir geçmesine ama yaşamı imkânsızlıklarla dolu biri için parasız yatılı olarak eğitim alabileceği bir üniversiteye gitmek öncelik nedenidir.

Bu nedenle, Hukuk Fakültesi’nden çok sevdiği hocası, Ord. Prof. Dr. Sabri Şakir Ansay’ın da fikrini alarak o yıllarda yeni açılan, hem parasız hem yatılı Ankara Ticaret Öğretmen Okulu’na gitmeye karar verir. Ansay’ın şu sözlerini asla

unutmayacaktır: *“Hemen şimdi Hukuk’u bırak, doğruca Öğretmen Okulu’na git. Hayatın boyunca mutlu olursun. Çünkü öğretmen iki şeyle meşguldür. Kitaplar ve öğrenciler... Bu ikisinden de sana bir kötülük gelmez.”* Böylece Aslan’ın yaşamında büyük kapılar açacak, bambaşka bir süreç başlamış olur. Amerikalılar tarafından ticaret liselerine öğretmen yetiştirmek amacıyla kurulan Ankara Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu’na giriş sınavlarını kazanarak kayıt yaptıran Aslan, başarılı bir okul yaşamını, sosyal ve sportif faaliyetlerle de zenginleştirerek bu okuldan mezun olur (1959). Mezuniyetin ardından kura çekilir ve tayini Eskişehir’e çıkar. Ankara’dan ayrılmak istemediği için gönülsüzce gitmesine karşın, öğrencilerine ve Eskişehir’e kısa zamanda alışıp bağlanır ve bir yıl içinde müdür yardımcısı olur. Günler birbiri ardına sakın bir şekilde geçerken, Okul Müdürü İrfan Tarı’nın sıradan bir şekilde sorduğu sıra dışı bir soruyla tüm yaşantısının değişeceğini bilmez. İrfan Tarı, Aslan’a şu soruyu sorar: *“Amerika’ya gitmek ister misin?”*

Amerika Deneyimi

Türkiye’nin 1950 yılından sonra Avrupa ve özellikle de Amerika ile ekonomik ve teknik işbirliği geliştirmesi, sanayiye hızlandırması, ülkede özel girişimci ve ticari etkinliklerin artması, kalifiye teknik elemana olan talebi artırır. Bu durum, orta ve yükseköğretimde mesleki ve teknik eğitimin yaygınlaşması, mesleki ve teknik eğitimin planlanması ve hedeflerinin belirlenmesi zorunluluğunu ortaya çıkarır. Sanayi için gerekli teknik elemanın yetiştirilmesi, görevlendirilmesi ve çalışma esaslarını düzenleme ihtiyacı, Altıncı Milli Eğitim Şûrası’nın (1957) gündemini oluşturur (Taşdöven 2013: 49). Şûra’da, ticaret liselerinin orta dereceli okullar arasındaki konumu ve geliştirilmesi için gereken tedbirler belirtilir, yeni koşullara göre ticaret liselerinin yenilenmesi gerektiği, turizm sektörüne ait personel yetiştirme mevzuatının yeni şartlara göre düzenlenmesi, turizm sektörünün ihtiyaçları için kurslar açılması, uzun vadede turizm personelinin yetiştirilmesi için Milli Eğitim Bakanlığı’nun modern bir okul açması önerilir.

Aslan’ın yaşamı boyunca örnek aldığı ve uzun yıllar birlikte çalıştığı Anthony Lanza da Ticaret

Öğretimi Uzmanı sıfatıyla toplantıdadır. Marshall Planı çerçevesinde Amerika’nın destek vereceği 16 ülke arasında Türkiye de vardır. Ekonomik kalkınma için bir denge faktörü olabilecek turizm sektöründe hizmet vermesi planlanan personel için Ankara’da bir otelcilik okulu kurulacaktır. 1960’lı yılların başında Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü, turizm dairelerinin çalışmaları ile Amerikan teknik yardımından hibe suretiyle alınan altı milyon Türk lirasının, bir buçuk milyon lirası otelcilik okulunun açılması için Milli Eğitim Bakanlığı’na verilir (Millet Meclisi Tutanağı 1969). Bir yanda Ankara’da bu çalışmalar yapılırken diğer yanda sakın yaşamına devam eden Aslan, var gücüyle görev yaptığı okul için çalışır, hafta sonları bile okula gidip yıpranmış haritaların onarımına kadar ilgilenir, okulun futbol ve basketbol takımlarını çalıştırır.

Takvimlerin 26 Mayıs 1960 gününü gösterdiği akşam, Eskişehir Şeker Fabrikası’nda Adnan Menderes onuruna bir ziyafet düzenlenir. Ertesi gün, Türkiye’nin kaderi bir ihtilâl ile değişirken, Aslan’ın da kaderini değiştirecek kararların alınacağı bir süreç başlar. İhtilâlin hemen ardından Eskişehir Ticaret Lisesi Müdürü İrfan Tarı, Ankara’dan aldığı telgrafı Aslan’a göstermek için Aslan’ı odasına çağırır. Aslan’ı önce *“şaka yapıyordur”* diye düşündürten, *“Amerika’ya gitmek ister misin?”* sorusuna, *“neden”* diye sormadan *“evet”* yanıtını verir. Çünkü *“evet”* demek için Eşme gibi bir ilçede doğup büyüüp koskoca Amerika’ya gidecek olmanın kendisi tek başına yeterli bir nedendir. Ötesinin pek bir önemi yoktur!

İhtilâl sonrası Türk Hükümeti ve Amerika, turizmin de içinde olduğu ortak projeler başlatır. Bunun üzerine Amerika’da otelcilik eğitimi almak ve ardından kurulacak Ankara Otelcilik Okulu’nu yönetmek üzere Türkiye genelinde sicali en iyi olan altı öğretmen, aday olarak belirlenir. Bu adayların arasındaki Aslan, Ankara’ya gider. Ankara’da Gazi Eğitim Enstitüsü’nde diğer adaylarla beraber Amerikalı uzmanlar tarafından bir dizi sınava tâbi tutulur. Bu sınavları birinci ve ikinci olarak tamamlayanlar, Ankara’da yabancı dil eğitimi alacak; yabancı dil eğitiminden sonraki sınavı kazanan ise Amerika’ya gide-

cektir. Aslan, sınavın ilk aşamasını birincilikle geçer. Bursa Ticaret Lisesi'nden meslektaşı Halis Sözeri ise ikincidir. İkisi birlikte, George Town Üniversitesi'nin Ankara Küçükkesat'ta bulunan dil okulunda altı ay kadar, günde altı saatlik yoğunlaştırılmış İngilizce dersleri alır. Başarmayı artık kaderi gibi gören Aslan, İngilizce sınavlarını da başarıyla geçer ve yabancı dil derslerinin devamı niteliğindeki eğitimini almak üzere Washington George Town Üniversitesi'ne gönderilir (1961). Otelcilik eğitimini İngilizce alabilecek düzeye eriştikten sonra, burslu olarak "Cornell University School of Hotel Administration" Bölümü'ne otelcilik alanında eğitim görmek üzere kaydolur ve otelcilik okulunda geleceğin otel yöneticilerini ve çalışanlarını yetiştirmek üzere Uluslararası Kalkınma Teşkilatı'nın desteğiyle Amerika'ya gönderilen ilk Türk öğretmen olarak *Participant Journal* adlı derginin kapağında fotoğrafı yer alır.

Tüm bu olanlar, Aslan için bir rüyadan daha fazlasıdır. Kendi ifadeleriyle "üç beş haneli fakir Eşme'den çıkıp, dünyanın en saygın otelcilik okulunda eğitim almak" onun nazarında bir mucize gibidir. Cornell Üniversitesi'nde öğrenim görürken staj yapma gerekliliği nedeniyle, *Pan American Airlines*'a stajyerlik başvurusunda bulunur. Başvurusu reddedilince, öğrenim gördüğü fakültenin dekan yardımcısı "seni daha iyi bir yere göndereceğim" diyerek adı şimdilerde *Capitol Hilton* olan, Beyaz Saray'ın karşısında yer alan, ülkenin en gözde ve saygın otellerinden biri olan 863 odalı *Statler Hilton Oteli*'ne gönderir. Aslan'ın bursluluk süresi bitince, başarılı çalışmalarının sonucunda personel müdürü, Aslan'a kalması konusunda ısrar eder. Öğrenim yaşamı boyunca kendine fırsatlar yarattığını düşündüğü Türkiye Cumhuriyeti'ne hem hizmet hem de gönül borcunu layıkıyla ödeyebilmek için teklifi kibarca reddeder. Minnet dolu duyguları ise sözlerine şöyle yansır:

Allah'a şükretmemek için hiçbir neden yok. Çok da şükrettim çünkü o kadar fakir Eşme'den git, Cornell Üniversitesi, dünyanın en pahalı üniversitelerden birisi ve orayı burslu okudum ben. Georgetown'u burslu okudum, Ticaret Turizm'i burslu okudum. Onun için bana, sırf mesleğimde başarılı olmak kaldı. Kendimi mesleğime tam verdim, yani iyi bir öğretmen olmak istedim. Otelcilik Okulu'nda çok şeyler yapmak istedim...

Aslan, Amerika'dayken bir yandan da hızla Ankara'da Otelcilik Okulu'nun hazırlıkları yapılır. Henüz okul açılmamışken, ihtiyaç duyulabilecek araç-gereçler, kırtasiye malzemeleri tedarik edilir. Ticaret Turizm Öğretmen Okulu'nu açan hocalardan ve Ankara Otelcilik Okulu kurucularından olan Uluslararası Kalkınma Teşkilatı Başkan Yardımcısı ve Eğitim Uzmanı Anthony Lanza, bu işlerle bizzat meşgul olur. Otelcilik Okulu'nun müfredat programı Lanza'nın liderliğinde hazırlanır.

Ankara Otelcilik Okulu Yılları

Aslan, 1963 yılında Türkiye'ye geri dönmelerinden kısa bir süre sonra, Ankara Otelcilik Okulu'nda kendisine tayin edilen görevinin başındadır. Ankara Otelcilik Okulu'nun *teksifi programına* (turizm sektörünün ihtiyacı olan eğitilmiş personeli ivedilikle yetiştirmek amacıyla açılan bir yıllık yoğunlaştırılmış program) kayıt yaptıran öğrencilerin tamamının lise mezunu; *normal programa* kayıt yaptıranların birçoğunun ise hâlihazırda lise düzeyinde olması nedeniyle, o dönemlerde henüz 26 yaşında olan Aslan ile öğrenciler arasında kurulması zor bir bağ kurulur. Hem arkadaş hem öğretmen hem de bir idareci olarak Amerika'da aldığı eğitimin katkısıyla standartların oldukça dışında bir görünüm çizen Aslan, bir daha asla o yeri kaybetmemek üzere öğrencilerinin kalbinde eşsiz bir yer edinir. Birçok öğrencisinin "efsane" lakabını taktığı Aslan, bu sıfatın hakkını hep verir. Cornell Üniversitesi'nde aldığı eğitim onun yaşamına önemli ölçüde etki eder. Bir yönetici olarak "en büyük yangınlar en küçük kıvılcımlardan çıkar" düsturuyla hiçbir şeyi küçümsemez ve ufacık bir soruna bile layıkıyla ilgi gösterir.

Aslan'ın, 1963-1967 yılları arasında Ankara Otelcilik Okulu'nda müdürlük yaptığı dönem boyunca, öğrencilerinin kalbinde öyle kalıcı bir yer edinir ki, aradan 50 yıldan fazla zaman geçmesine karşın, kalplerdeki o yerini hâlâ muhafaza eder. Gerek Aslan'ın döneminde öğrenci olanlar gerekse sonraki dönemlerde öğrenci olanlar "Yunus Hocalarından" aynı kalbî hislerle bahsedebilir... Ancak hem öğrencileri tarafından çok sevilen hem de görevini her şeyin üzerinde tutan

Aslan'ın göreve başladığı yıl, müfettiş denetimleri de başlar. Birbiri ardına sıralanan denetimlere kendisi de bir anlam veremez. Bu denetimlerin nedeni; "otelci, hantal olmaz" deyip öğrencilerine sabahları spor yaptırması mı, okulun aracıyla öğrencilerini uygulamaya götürmesi mi, yoksa otelcilik mesleğini tüm incelikleriyle öğretmeye çalışırken, disiplinli olması mıdır? Belki de standartların üzerindeki uygulamaları ve dönemin klasik eğitim anlayışına sahip olmaması dikkatleri onun üzerine çeker. Örneğin; staj yeri bulamadıkları için açıkta kalacak öğrencilerini okulun aracına doluşturup kapı kapı gezen ve yıllar sonra otelcilik alanında söz sahibi olacak öğrencilerini çeşitli işletmelere yerleştiren de Aslan'ın ta kendisidir.

Çaresizlik insanı yaratıcı kılıyor. Okulun satın alma aracı pikaba öğrencileri doldurdum. İlk durağımız Sivrihisar'a altı km uzaklıkta bir benzinciydi. Sahibi olduğunu sandığım bir adam yerleri süpürüyor. Yanına yaklaşip 'talebeler her şeyi yapar, bırakayım da çalışınlar' dediğimde üç kişiyi bırakmamı istedi. Bu üç kişiden biri Kuşadası Kuştur Tatil Köyü'nün 32 yıl müdürlüğünü yaptıktan sonra kendi otelinin sahibi olan Erdal Aktüre'den başkası değildi (Aslan 2006: 33).

Okulun aracını izinsiz kullanması daha sonraları başına dert açacak olsa da öğrencilerinin güvenliğinden emin olmadan, her birini teker teker görev yerlerine teslim etmeden çıktığı yolculuktan geri dönmez. Kendisini öğrencilerine adayan Aslan, mesleki konularda ufacık bir hatayı bile affetmeyecek kadar disiplinli bir hocadır. Cornell Üniversitesi'nin girişinde yazılı olan "Life is service!" sözcükleri, kendisinin tüm yaşamına etki ettiği gibi bu sözcüklerin kendisinde yarattığı etkiyi öğrencilerine de aktarır.

Aslan, Ankara Otelcilik Okulu'nda müdürlük yaptığı sırada 24 Mayıs 1964 tarihinde Ankara Hasanoğlan Atatürk İlköğretmen Okulu'nda program geliştirme çalışmaları da yapar. Bu amaçla yapılan bir toplantıda, meslek uzmanları, Amerikalı eğitimciler, Milli Eğitim Bakanlığı müsteşarı ve üst düzey yöneticileri ile birlikte uzman sıfatıyla toplantıya katılan Aslan, self servis yapma ve yetiştirme çağındaki gençlerin beslenme alışkanlıklarının düzenlenmesiyle ilgili önerilerde bulunur. Önerileri uygulamaya konulan

Aslan, Türkiye'deki okullarda kafeterya sisteminin başlamasında öncü olur. Ankara Hasanoğlan Atatürk İlköğretmen Okulu'nda pilot uygulamanın yapıldığı söz konusu sistem sayesinde 500 kişilik yemekhanede 1500 kişiye 60 dakikada hizmet verilmesi ile personel ve yiyecek maliyetlerinde önemli ölçülerde tasarruf sağlanır (Aslan 2006: 49).

Aslan, Türkiye turizminin temelini oluşturacak, çok iyi elemanlar yetiştirmek idealiyle yıllarını geçirirken ve kendisinden çok Ankara Otelcilik Okulu'nun ve öğrencilerinin geleceğini düşünürken; günümüzde dahi anlam veremediği bir nedenle Ankara Otelcilik Okulu'ndaki görevinden alınır ve Ankara Akşam Ticaret Lisesi'ne tayini çıkar (1967). Yaşadığı üzüntü birçok yönden sarsıcı olur. Örneğin; Ankara Otelcilik Okulu'nda, İstanbul Yolu'ndaki kiralık binada eğitim öğretimi başlandıktan kısa bir süre sonra, Beşevler'de okullar bölgesi denilen bölgede otelcilik okulunun yeni binasının inşaatına başlanır (1964). Aslan, bu binanın inşaatına el arabasıyla harç taşırken; kendi kendine "Türkiye'de otelciliğin temellerini atıyoruz" diye söyler. Kalbiyle bağlandığı, en ufak bir taşında bile emeği olan Beşevler'deki yeni binada -kendisinin de bilmediği bir nedenle eğitim veremeyen Aslan, "o okulun, temelini ben attım. Çok harç çektim, el arabası kullandım." derken, gözlerinin dolmasına yıllar geçse de engel olamaz. Özgün eğitim ve öğretim yöntemleriyle dikkat çekmesi ve bu yüzden sürekli teftişten geçmesine karşın görevinden alınacağını hiç tahmin etmez. Yaşadığı derin üzüntünün etkisiyle yeni bir okulda görev yapmaktansa o güne kadar tecil ettirdiği askerlik görevini ifa etmeye karar verir. Vatanî görevini, 1967-1969 yılları arasında Konya'da Kenan Evren'in tercümanlığını yaparak tamamlar.

YENİ BİR DÖNEM BAŞLIYOR...

Aslan, Cornell Üniversitesi'nden mezun olmasının kendisine birçok kapı açacağını bildiğinden askerlik sonrasında Amerika'ya gitme planı yapar. Ancak Aslan'ın öğrencilerini İstanbul Yeşilköy'deki Çınar Otel'e uygulamaya götürdüğü dönemlerde otelde konaklayan ve "Bana, benim hastaneyi, Hacettepe Hastanesi'ni sizin otel

gibi yönetecek bir isim verin” diyerek otel sorumlularından bir isim talebinde bulunan Prof. Dr. İhsan Doğramacı’dan art arda ve acele telgraflar alır. Doğramacı’nın teklifi üzerine Hacettepe Hastanesi’nde personel eğitim uzmanı olarak göreve başlar (1969). Fakat birkaç ay sonra bu işin kendisine uygun olmadığını anlayınca kendi isteğiyle işten ayrılır. Bu görevinden sonra Ankara Çiftlik Yolu’nda kurulan Otelcilik Eğitim Merkezi’ne (OTEM) müdür olarak atanır (1970). Ankara’da ikinci bir OTEM açılmasının ardından Turizm Bakanlığı Personel Eğitimi Araştırma ve Planlama müdürü olur (1971). Aynı dönemde biricik kızının annesiyle evlenir.

OTEM’deki müdürlüğü sırasında, zamanının en lüks otellerinden biri olan Kuşadası İmbat Otel’den bir teklif alır (1974). Turizm Bakanlığı’nda görevli Naci Atakent’in de özel sektörde çalışması yönündeki tavsiyesine uyarak, teklifi kabul eder. İmbat Otel’de bir yıl kadar çalıştıktan sonra mesleğinde yükselme arzusu, bir otelde yöneticilik yapmaya galip gelir ve İmbat Otel’de çalışırken İngiltere’de Metropolitan şirketler grubuna başvuruda bulunur ve başvurusu kabul edilince İngiltere’ye gider. Londra’daki Britanya Otel’inde yiyecek-içecek müdürü olarak çalışmaya başlar (1975). Kısa bir süre sonra terfi ederek İrlanda’nın Belfast kentindeki Europe Otel’ine yiyecek içecek müdürü olarak atanır. İşe başladığı ilk gün, Europe Otel, İrlanda Cumhuriyetçi Parti tarafından bombalanır ve Aslan bir süre işsiz kalır. Oldukça sıkıntılı bir dönemin ardından, Cornell Üniversitesi’nden bir bağlantısı sayesinde Kensington Hilton’da işe alınır ve iki yıl kadar orada çalışır. Ayrıca dünyaca ünlü Playboy gazinolar zincirinde de çalışarak Londra defterinin ilk sayfasını kapatır.

Londra’daki beş yılın sonrasında İzmir Büyük Efes Otel’inden aldığı teklifle yiyecek içecek müdürü olarak çalışmaya başlar (1980). Sonradan İstanbul Tarabya Otel’ine, ödüllmüş gibi görünmesine karşın ceza niteliğinde bir tayin çıkar (1980). Tarabya Otel’ine gideceğini öğrenen Aslan, dönemin Çeşme Altinyunus Otel’inin genel müdürünün teklifi üzerine Çeşme’de çalışmaya başlar (1980). Çeşme Altinyunus’ta geçen dört yılın ardından emekli olup genel müdür olarak

İmbat Otel’e geri döner (1984). İmbat Otel’de fasilalı olarak, 20 yıllık çalışma süresinden sonra, 2012 yılına kadar Türkiz Oteller Grubu ve Kaya Oteller Grubu’nda yiyecek içecek bölümünün danışmanı olarak çalışır. Hâlâ yaşamını sürdürdüğü Londra’ya yerleşir (2012). Yaşamını sakin bir şekilde sürdüren Aslan, Ankara Otelcilik Okulu’nun her yılın Aralık ayında düzenlenen toplantılarına katılmayı ihmal etmez. Aynı zamanda 1963 yılından beri Cornell Hotel Society’nin faal üyesidir ve düzenli olarak yıllık toplantılarına katılır.

ÖĞRENCİLERİNİN KALEMİNDEN YUNUS ASLAN

Küçük bir dokunuşla tüm yaşamının seyri değişen insanlar vardır. Bu dokunuşlar öyle etkilidir ki, onları iyiliğe ya da kötülüğe sevk etme gücüne sahiptir. Aslan da bilerek ya da bilmeden birçok öğrencisinin hayatının gidişatına etki eder. İlk dönem mezunlarından ve kendi ifadeleriyle *“Ankara Otelcilik Okulu’na kaydolmadan önce sonum hiç iyiye gitmiyordu “* diyen Ruhi Yaman, *“Ankara Otelcilik Okulu, kendisini bugüne dek bizlerden biri olarak gören Yunus Hoca’nın idaresinde bambaşka bir okuldu. Belli sınırlar içinde, bize büyük özgürlük vermiş, kendi yeteneklerimizi geliştirmek için destek veriyordu.”* diyerek Aslan’ın özgün idarecilik yöntemine vurgu yapar. Görünen o ki, Aslan’ın eğitim modeli güven ve fedakârlık unsurları üzerine temellenir. Günün birinde çok sevdiği Ankara Otelcilik Okulu’ndaki görevinden alınacağını sinyallerini veren denetimler sıklaştığında bile öğrencilerine güvenmekten ve onlara güvenmekle öz disiplin duygusu kazandırmaktan vazgeçmez. İlk dönem mezunlarından Gürol Demir, anılarında tazeliğini hâlâ koruyan şu olayı paylaşır:

Ankara Otelcilik Okulu 1961 yılında açıldığında Yunus Aslan yoktu. O dönemki müdürümüz, o dönemin Türk Milli Eğitim mantığında disiplinli bir eğitmen idi. Biz genç talebelerine kızdığı bir gün bizleri sıraya dizip *“Bana garson olacağınızı mı söyletmek istiyorsunuz?”* diye küçümseyerek serzenişte bulundu. Bu söz onurumuzu çok zedeledi. Yunus Aslan gelince ise eğitim mantığı tamamen değişti. Yunus Aslan bize, kendine güvenmeyi, insana güvenmeyi öğretti. Cesareti aşıladı, doğru olmayı öğretti. Bir derste bizleri yazılı yaptı, soruları sordu ve idari işi olduğundan dersten dışarı çıkması icap etti. Çıkarırken bize *‘benim talebelerim kopya çekmez, ben he-*

pinize güveniyorum' dedi ve gitti. Ama hiç kimse kopya çekmedi, derste hocamız varmış gibi yazılı dersimize devam ettik. Yunus Hoca, büyükelçiliklerle, TBMM'yle, o dönemin Ankara Palas, Bulvar Palas gibi otelleriyle, Milli Eğitim Bakanlığı, Fransız ve Amerikan Kültür Merkezleri ile çok iyi irtibatlar kurdu, anlaşmalar yaptı. Bizler TBMM'ye, Cumhurbaşkanlığı Köşkü'ne, kültür merkezlerine, otellere, özel davetlere servis yapmaya, kokteyl partilere gider olduk. Bu çalışmalarımız ülkenin en üst protokolünde bize tecrübe kazandırdı, cesaret kazandırdı, ufku-muzu açtı. Mesleki faaliyetlerin yanı sıra sosyal ve sportif birçok faaliyet de gerçekleştirdik. Orkestralar geçidi, şiir müsabakası, kendi şiirini okuma müsabakası, çay partileri, Kıbrıs için protesto yürüyüşü, otelleri topluca gezip inceleme gibi birçok sosyal olaylara katıldık. Eğer müdürümüz Yunus Aslan bize önder olmasa, bizi desteklemese, öğretmenlerimize müspet yönde moral vermese, bunların hiç birini yapamazdık. Neticede hepimiz 16-17-18 yaşlarımızdaydık.

Kişilik olarak ağabeyinden çok farklı olan, dik başlı, sistem karşıtı Cemal Demir'in kalbini kazanmak çok kolay olmasa da hayatının akışını değiştiren Aslan'dan şöyle bahseder:

Yaşamımız süresince birçok insanla karşılaşırız ama bu insanlar arasında kaderinizi değiştirecek biri olduğunu o an düşünemezsiniz. Durum gereği karşılaşmış, bir şeyleri paylaşmışsınızdır. O an ne o ne de siz farkında olursunuz, fakat geriye dönüp baktığımızda geleceğinizi etkileyen önemli insanlardan biri olmuştur o kişi. O kişi, yani benim Hoca ile yollarımızın kesişmesi, abim Gürol Demir'den sonra Ankara Otelcilik Okulu'nu tercih etmemle olmuştur. Hocanın ismini çok duymuştum. Fakat onunla ilk karşılaşmam, okula giriş sınavımda oldu. Sözlü sınavda ismimi soran hocaya cevap verdiğimde, gözlüklerinin altından bakarak 'sen Gürol'un kardeşi misin' diye sormuştu bana. Bana, 20 dakika içinde hem yağmuru hem de güneşli günleri aynı anda yaşatan, ikinci karşılaşmamızı ise çok unutmak istesem de unutmam mümkün olmadı. Çünkü o gün aniden verdiğim yanlış bir kararımı değiştirmemde hocanın o günkü davranışının etkili olduğunu hiç unutamıyorum. Hoca ile o günkü karşılaşmamızın, bana iyi bir birey olma yolunu açtığını unutmam. Yaşamım boyunca çok değerli dostluklar kurmama yardımcı olan sözlerini de unutmama imkân yoktu. Teşekkürler hocam.

Demir'in sözünü ettiği, kendisine hem yağmuru hem güneşi aynı yaşatan Aslan, bir okul kavgası sonrası yanına çağırdığı Demir'e -o dönemin eğitim sistemi göz önüne alındığında- beklenenin aksine çok müşfik davranır ve öğrencisini o gün okulu bırakmaktan alıkoyan konuşmayı Demir şöyle aktarır:

'Siz buraya Türkiye'nin en medeni insanları olmaya geldiniz. Otelcilik mesleği, bilgili, kendinden emin

kibar insanların mesleğidir. Burada öfkenize hâkim olmayı, insanlara saygı duymayı, gerektiğinde akıl yoluyla ikna etmeyi öğreneceksiniz. Cemal, senden de ağabeyin gibi efendi olmanı bekliyorum. Bir daha seni bu pozisyonda görmek istemiyorum. Haydi, şimdi dersine gir. Arkadaşınla da aranı düzelt.' Şaşır-mış kalmıştım. Ben birkaç saniye önce okulu bırakıp gitmeyi düşünürken, kendimi sınıfta, üç yıl beraber olacağım arkadaşlarımla arasında buluvermişim. Hoca beni bir daha o pozisyonda görmedi.

Demir'in aşağıda yer alan sözleri, döneminde öğrenci olanların da olmayanların da çok sevdiği ve saydığı Aslan hakkındaki ortak düşünceleri yansıtmaktadır.

Yunus Hoca'da fark ettiğim bir şey beşeri ilişkilerini hiç üşenmeden ve hep yürek sıcaklığıyla yürütmesidir. Zekâ göreceli bir kavramdır, ama toplum yaşantısında öne çıkanlar, duygusal zekâyâ sahip kişilerdir. Duygudaşlık yapabilenler ve olaylar karşısında yakınmayıp, o anda yapılabilecek en iyi işi üretebilenlerdir. İşte Yunus Aslan böyle biridir. Yunus Hoca'nın çabuk kavrama yeteneği, hem de duygudaşlık kurabilme becerisi çok yüksekti. 1950 yılı sonları, o zamanlar turizme nitelikli elemanlar yetiştirmek için, Türkiye'de açılması düşünülen ilk otelcilik okuluna eğitmen yetiştirmek için yurt dışına gönderilen biri olması tesadüf olabilir belki, ama sanırım Tanrı'nın da isteği o yönde olmalıdır. Çünkü otelcilik okulu müdürlüğünü ondan daha iyi yapabilen bir müdür henüz bulunamamıştır. Yunus Aslan dünyaya turizmci olmaya fakat bilhassa ve illa ki Türkiye'de bir ilk olan Ankara Otelcilik Okulu'na müdür olmak için gelmiştir.

Ankara Otelcilik Okulu'ndaki görevini 1963-1967 yılları arasında yürüten Aslan'ın, kendi öğrencilerinin kalbinde edindiği yer malumdur. Bunun yanı sıra günümüze değin tüm dönem öğrencilerinin tanımasa da namını bildiği ve saygı duyduğu efsane müdür olarak zihinlere kazınır.

ÖNEMLİ ÖĞRENCİLERİNDEN BAZILARI

Aslan öğrencilerinden bahsederken, çocuklarının parlak geleceğiyle övünen bir baba tavrı takınır. Öğrencilerin başarılarının Aslan'ın yaşamını daha anlamlı hale getirdiği açıktır. Okula geldiğinde hiçbir şeyi olmayan, mezuniyetten sonra staja Almanya'ya gönderilen ve sonrasında dönemin en saygın otellerinden biri olan Kuştur Tatil Köyü'ne 32 yıl boyunca genel müdürlük yapan *Erdal Aktüre*; Türkiye'ye her şey dâhil sistemini getiren ve üst düzey yöneticilikler yapan *Hakkı Ülkü*; okula gelirken yol parasını köylülerin top-

layacağı kadar fakir olan ancak Almanya’da Avrupa Türk İş Adamları Derneği’nin başkanlığına kadar yükselen ve başarılı bir iş adamı olan Prof. Dr. *Recep Keskin*; mezuniyetten sonra İzmir Büyük Efes Otel’de komi olarak işe başlayan, yiyecek-içecek genel müdürlüğüne terfi eden *Ertuğrul Sevim*; mezuniyetinden sonra İngiltere’ye staja giden ve yıllar sonra İngiltere’nin sigara içilmeyen ilk kulübünü açan *Yüksel Bektaş*; 20 yıl turizm sektörüne hizmet verdikten sonra akademik yaşama katılan ve başarılarıyla göğüs kabartan *Ruhi Yaman*; İngiltere’de yarım asırlık bir acenteci olan *Metin Denlisöz*; başarılı bir otel yöneticiliğinin ardından kendi otelinin sahibi olan *Hızır Bozdoğan*; büyük otellerin aranılan ismi *Kaya Gürlersan*, Aslan’ın verdiği örneklerin küçük bir kısmını oluşturur.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yaşam serüveni Uşak’ın çok küçük ve fakir bir ilçesi olan Eşme’den Cornell Üniversitesi’ne uzanan Aslan, ömrünü öğrencilerine ve otelcilik mesleğine vakfeder. *Yunus Hoca*, öğrencilerini “yürekten” sever. Aradan 50 yıldan fazla zaman geçmesine karşın öğrencilerinin kalbindeki yerini hâlâ korumasının da başka bir açıklaması olmaz. Aslan’ın öğrencilerine ve mesleğine duyduğu sevgi, onu Milli Eğitim Bakanlığı ile birçok defa karşı karşıya getirirse de çok sevdiği okulundaki görevinden alınmak pahasına öğrencilerine güvenmekten, onların yeteneklerini ortaya çıkaracak özgün uygulamalar yapmaktan vazgeçmez.

Aslan, kendisini öğrencilerine bu denli sevdirmek için elbette mucizeler yaratmaz. Alışılanın aksine, öğrencileriyle dost olabilen bir yapısı vardır. Bir ağabey gibi müşfik ve merhametlidir. Bir dost gibi sırdıştır. Ancak iliklere kadar otoritesi hissedilen bir ağabey; bazı olaylara asla tolerans tanımayan bir arkadaş... Ankara Otelcilik Okulu’nu yaşamlarındaki son çare olarak gören ‘haylazları adam etmek’ Aslan’ın işidir. Peki, ilerinde ‘kural tanımaz hergelelerin’ olduğu bu öğrenciler nasıl adam edilecek, turizm sektörüne nasıl kazandırılacaktır? Öğrencileri özgür bırakmak mı yoksa disiplinli olmak mı doğru yöntemdir? Aslan’da her ikisi de vardır. Gerekiyorsa sonuna

kadar özgürlük, gerekiyorsa en sert disiplin... Aslan’ın yöntemi budur. Bilinçli ve dirençli *hergelelik yapan*, akıllı, istekli ve mizah yoğunluğu çok olan bir öğrenci topluluğu ile ancak bu şekilde baş eder. Yöntemlerinin ne kadar doğru ve isabetli olduğunu anlamak için öğrencilerine bakmak yeter. Meslekte söz sahibi en iyi otelcilerin Aslan’ın öğrencisi olduğu görülecektir. Bu durum göz önüne alındığında, Aslan’ın özgün öğretim yöntemlerinin ne kadar doğru ve isabetli olduğu daha kolay anlaşılabilir.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Aslan, Y. (1965). *İyi Servisin Esasları*. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Ankara Otelcilik Okulu Neşriyatı No: 26. Metin taksirdir.
- Aslan, Y. (1967). Otel ve Lokantalarda Şarap Servisi, *Mesleki ve Teknik Öğretim*, 178: 35-38.
- Aslan, Y. (1970). *Garsonun Temel Kitabı*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi ve Hastahaneleri. Metin taksirdir.
- Aslan, Y. (1970). *Danışma Memurları Ders Notları*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi ve Hastahaneleri. Metin taksirdir.
- Aslan, Y. (1972). Lokanta Komileri, *Mesleki ve Teknik Öğretim*, 235: 41-43.
- Aslan, Y. (1973). Bazı Servis Çeşitleri, *Mesleki ve Teknik Öğretim*, 239: 41 -42.
- Aslan, Y. (2006). *Otelcilik ve Türkiye Kuruluş Yıllarında Ankara Otelcilik Okulu ve Anılar*. 2. Basım. İzmir: TÜLOV Yayınları.

KAYNAKÇA

- Aslan, Y. 25 Nisan 2015 tarihli görüşme. (Görüşen: Arzu Turan).
- Aslan, Y. (2006). *Otelcilik ve Türkiye Kuruluş Yıllarında Ankara Otelcilik Okulu ve Anılar*. 2. Basım. İzmir: TÜLOV Yayınları.
- Demir, C. 11 Kasım 2016 tarihli e-posta görüşmesi.
- Demir, G. 20 Ekim 2016 tarihli e-posta görüşmesi.
- Millet Meclisi Tutanağı. 22 Şubat 1969 Tarihli B:59 O:4.
- Taşdöven, Z. (2013). Demokrat Parti Dönemi Eğitim Anlayışı (1950-1960). (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- T.C. Resmi Gazetesi (27 Haziran 1964), Sayı: 11739.
- Yaman, R. 5 Haziran 2015 tarihli ses kaydı. (Görüşen: Arzu Turan).
- Arzu Turan, Arş. Gör., *Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunusemre Yerleşkesi, 26470, Eskişehir*.
E-posta: arzu_turan@anadolu.edu.tr
- Teşekkür: Metnin oluşumunda önemli destekler veren Cemal Demir’e teşekkürü bir borç bilirim.



ETKİNLİKLERİMİZ

Editör: Nazmi KOZAK
E-posta: nazmi.kozak@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, Bahar: 187 - 199, 2017.
Copyright © 2017 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2017)

Araştırma Yöntemleri Semineri (2002–2017): Başlangıcından Bugüne Bir Seminerin Anatomisi

Nazım KÖRÜKÇÜ
Araştırmacı- Yazar

GİRİŞ

Bu yazıda bir marka, bir efsane haline gelmiş, dünyanın bilinen *en kapsamlı ve en uzun süreli* araştırma yöntemleri seminerini açıklamaya ve anlatmaya çalışacağım. Gerçekten de 2002 yılında ilki yapılan ve bugüne, 2017 yılına kadar gerçekleştirilen toplam 13 seminer ile dünyada bir başka örneği olmayan bir etkinlikten söz ediyoruz. Her ne kadar 13 kez gerçekleştirilmiş olsa da, düzenlenen toplam oturum sayısı, 72'dir. Katılımcı sayısı ise, bazı yılların rakamları net olarak belirlenemese de, 1800 dolayında olduğu anlaşılıyor. Mevcut durumuyla Türkiye'deki toplam akademisyenlerin yüzde birinin seminerlere iştirak ettiği bir etkinlik!..

Böylesine kapsamlı ve pek çok kez örnek alınmış, çok sayıda üniversitede araştırma yöntemleri seminerlerinin bir "ihtiyaç olduğunun" anlaşılmasına ve başlatılmasına örnek teşkil etmiş bu etkinliği anlatmaya başlayabiliriz. Araştırma Yöntemleri Seminerleri ilk kez 2002 yılında "*Akademik Turizm Semineri*" adı altında, turizm ve ilgili alanlarında çalışan akademisyen ve lisansüstü öğrencilerin yöntem ve analiz bilgilerinin geliştirilmesi amacıyla başlatıldı. Başlangıçta öyle uzun süreli olması gibi bir amaç da yoktu! Ticari olmayan bir yaklaşımla turizm ve ilgili alanlarında hazırlanan akademik çalışmaların niteliğinin artırılması için düşünülmüş ve gerçekleştirilmiş bir etkinlik olacaktı. İlk etkinlikten itibaren gördüğü ilgi dolayısıyla seminerler bugünlere ve kayda değer bir büyüklüğe ulaştı. Demek ki ortada bir boşluk vardı ve bu öneriyi ortaya atanlar bu boşluğu görmüşlerdi!

SEMİNERLER NASIL BAŞLADI?

Akademik Turizm Semineri adıyla düzenlenmeye başlanan ve ilk dört yıl bu isim altında gerçekleştirilen bu seminerin fikrinin ortaya atılışı 25 Ekim 2001 tarihine dayanıyor. Bu tarihte Başkent Üniversitesi tarafından Ankara'nın Kızılcahamam ilçesindeki *Patalya Termal Resort*'te düzenlenen turizmle ilgili bir kongrenin¹ katılımcıları arasında yer alan Dr. Nazmi Kozak tarafından seminer fikri otelin lobisindeki bir sohbet esnasında ortaya atılır. Dr. Kozak, "*Böyle bir seminer düzenleme düşüncesi olduğunu, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilen makalelerden gördüğü kadarıyla turizm alanındaki akademisyenlerde yöntem ve analiz yetersizliği gözlediğini, düzenlenecek böyle bir seminer ile bu sorunun giderilmesine katkıda bulunulabileceğini*" ortaya atar. Bu sohbette katılanlardan da olumlu dönütler alınınca, bu etkinliğin düzenleyicisi olarak *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin yanı sıra bir ortak daha aranmaya başlanır ve Dr. Kozak'ın mezun olduğu okulun mezunlar derneği, kısa adı *METİ-OD* olan Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunları Derneği'nin seminerin düzenlenmesinde ortak olmasına karar verilir. Seminerin düzenleneceği yer olarak ise yine Mersin Turizm mezunlarından İmran TORUN'un genel müdürlüğünü yapmakta olduğu Alanya/Okurcalar Turizm Merkezi'nde faaliyet gösteren *Meryan Otel* tercih edilir. Bu kararın ne denli yerinde ve doğru bir tercih olduğu, seminerin yerleşmesinde İmran TORUN ve *Meryan Otel* çalı-

¹Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi, 25-26 Ekim 2001, Ankara: Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

şanlarının ortaya koydukları katkılar ile ilk seminerden itibaren daha iyi anlaşılacaktır.

Seminer ücreti olarak genel giderler ve eğitmen ağırlama giderlerini karşılayacak bir rakam olarak bugünün ifadesiyle 50 TL (o günlerin çok sıfırlı parasıyla, 50.000.000 TL!) seminer katılım ücreti olarak belirlenir. Seminer tarihinin orta dereceli okulların sömestr tatiline denk gelmesine karar verilir ve ilk seminer 24 – 27 Ocak 2002 tarihleri arasında Meryan Otel’de yapılır. İlk seminere çoğunluğu turizm alanından olmak üzere, pazarlama ve işletmecilik alanlarından da katılım olur ve toplam 31 kişinin katılımıyla gerçekleştirilir. Burada belirtilmesi gereken bir konu, seminerin düzenlenmesi ile ilgili duyuruların yapıldığı tarihlerde seminerin konusu ve içeriği genel olarak belli olsa da, başlığın ve semineri kimin vereceğinin belli olmaması ve duyuruda bu bilgilere yer verilmemesidir. Seminere yeterli başvurunun olmasının ardından semineri verecek eğitmen arayışına girilir ve o dönemde Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde görevli olan Dr. İrfan ERDOĞAN ile irtibat kurulur ve ilk seminer Dr. Erdoğan tarafından “*Ampirik Tasarım ve İstatistik Yöntemleri*” başlığı altında verilir. Böylelikle Araştırma Yöntemleri Seminerleri Akademik Turizm Semineri başlığı altında Meryan Otel’de başlatılmış olur.

SEMİNERLERİN DÜZENLENMESİNE YOL AÇAN AKADEMİK GELİŞMELER

Yukarıda söz edildiği üzere, Araştırma Yöntemleri Seminerlerinin ilk amacı, turizm ve ilgili alanlarında görev yapan akademisyenler ile lisansüstü öğrencilerin yöntem ve analiz bilgilerinin geliştirilmesidir. Zaten bu amaç doğrultusunda seminerin adı da “Akademik Turizm Semineri” şeklinde belirlenir. İlk dört seminer bu isim altında gerçekleştirilir.

Elbette seminerlerin ilk olarak turizm alanındaki akademisyen ve lisansüstü öğrencilere yönelik olarak yapılmasının temel gerekçesi, düzenleyicilerin turizm alanından olmasıdır. Bununla beraber akademik turizm ve otelcilik eğitim-öğretiminin ülkemizdeki okullaşmasının sayısal olarak hızla gelişmeye başlaması da, bir diğer etkidir. Zira 1990’lı yıllara kadar lisans düzeyinde okul-

laşma sayısı altı-yedi olan turizm ve otelcilik alanı, 1990’lı yıllarla birlikte hızlı bir ivme kazanır; lisans ve lisansüstü programların sayısı hızlı bir artışın içerisinde girer. Yeni kurulan programlar için yeterli sayıda ve donanımda akademik kadroların olmaması da, özellikle lisansüstü programlarda teorik ve yöntem-analiz konularında yetersizliğe yol açar. İşte, etkileri günümüze kadar devam eden bu yetersizliğin bir sonucu olarak Araştırma Yöntemleri Seminerleri bir boşluğu doldurmak gibi bir amaçla yola çıkar ve başlangıçta turizm ve otelcilik alanındaki programlarda yetişen öğretim elemanlarından daha fazla talep görür.

Yukarıda sözü edildiği üzere, ilk seminerden itibaren işletme ve alt disiplinleri (pazarlama, finansman, muhasebe, işletme yönetimi) ile diğer bazı alanlardan katılımlar olur. 1982 yılında yürürlüğe giren Yüksek Öğretim Yasası ile birlikte Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı eğitim enstitüleri ile yüksekokullar kurulan veya mevcut üniversitelere bağlanırlar. Bu gelişme sonrasında bu kurumlarda görevli olan öğretim görevlilerinin doktora diplomasına sahip olmadan kısa bir sürede “öğretim üyesi” statüsüne yükseltilmeleri, bu kişilerin bir süre sonra kurumlarında açılan lisansüstü programlarda ders vermeye başlamaları ve doktora tezleri dahi yönetebilmeleri, bir anlamda turizm ve otelcilik programlarındaki teori, yöntem ve analiz eksikliğinden daha da geride akademik çalışmaların ortaya çıkmasına yol açar. Aynı durum akademilerin fakültelere dönüştürülerek yeni üniversitelerin kurulmasında da yaşanır. Zaten aradan 35 yıl geçmesine karşılık, Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı enstitü ve yüksekokulları bünyesine katılarak kurulan üniversiteler ile akademiler odaklı oluşturulan bir kısım üniversitelerde, pek çok kez gözlemlendiği üzere, temel akademik teamüllerinin bile yerleşmesinde hala sorunların yaşanıyor olması, yapılan bu “dönüşüm”ün sonuçları arasındadır.

Ek olarak, yeni kurulan üniversitelerin öğretim üyesi talebini hızlıca karşılamak için yeterince olgunlaşmalarının beklenilmeden akademik yükseltmelerin gerçekleştirilmesi, 1982 – 2000 yılları arasında pek çok alanda gerçekleştirilen akademik çalışmalarda gözle görülür bir nitelik düşü-



Görsel-1: Beşinci Seminer internet sayfasının ön yüzü

şüne yol açar. Bu yıllarda hazırlanan araştırmalar ve lisansüstü çalışmaların genelinde kuram, yöntem ve analiz bilgisinin epeyce yetersiz olduğu, o yıllarda üretilmiş çalışmalar incelenerek rahatlıkla anlaşılabilir.

Öte yandan bu seminerlere katılımın zamanla niye artış gösterdiği konusuna gelirsek; bu konunun açıklaması 1980'li yıllardaki durum ile aynıdır. Zira 2000 yılı sonrasında da yeterli sayıda öğretim üyesi yetiştirilmeden pek çok üniversitenin kurulması, akademik yükseltmelerde kolaycılığın özellikle 2010 yılından sonra bazı alanlarda tekrar yaygınlaşmasına yol açar. Bu gelişme-

ler de bir kısım öğretim elemanında yöntem ve analiz bilgilerini geliştirmeye yönelterek, bu tür seminerlere katılımı teşvik eder.

SEMİNERLERİN BİLGİLERİ

Bugüne kadar toplam 13 seminer ve bu seminerlerde 72 farklı ders gerçekleştirilir. Başlangıçta her yıl bir seminer konusu ile düzenlenen seminerler yıllar içerisinde gelen talepler doğrultusunda artmaya ve konular şekillenmeye başlar. Seminerlerin yılda birden fazla kez yapılması önerisi pek çok defa ortaya atılmış ve talep edilmiş olsa da, hem seminerlerin ticari bir öncelikte yapılıyor olmaması hem de katılımcıların ekonomik durumları dikkate alınarak uygulanmaz.

Düzenlenme Tarihleri

Tablo 1, seminerlerin çeşitli değişkenlere göre bilgilerini içeriyor. Tablo verileri arasında seminerlerin düzenlendiği yıllara ilişkin bilgiler de yer alıyor. Görüldüğü gibi seminerler 2002 ile 2017 arasında yalnızca üç yılda (dönem) gerçekleştirilemiyor. Bunlar 2005 yılı ile 2014 ve 2015 yıllarıdır. Bunun dışındaki bütün yıllarda periyodik

Tablo 1. Araştırma Yöntemleri Seminerleri (2002 - 2017)

Yıl	Seminer No	Düzenleyenler	Düzenlenen Otel	Seminer ücreti	Düzenlenen seminer	Dönem Sayısı	Katılımcı sayısı	Ek Etkinlik	Dağıtılan notlar	Web sayfası
24 - 27 Ocak 2002	1	Anatolia - Metod	Meryan Otel	50 TL	1	1	31	Yok	Seminer notları	Yok
20 - 23 Mart 2003	2	Anatolia - Metod	Meryan Otel	50 TL	1	1	43	Yok	Seminer notları	Yok
11 - 14 Mart 2004	3	Anatolia - Metod	Art Corinthia Otel	50 TL	1	1	75	Yok	Seminer notları	Var
2 - 5 Şubat 2006	4	Anatolia - Metod	Meryan Otel	50 TL	1	1	42	Yok	Seminer notları	Var
31 Ocak - 04 Şubat 2007	5	Anatolia - Metod	Meryan Otel	50 TL	2	1	93	Yok	Seminer notları	Var
30 Ocak - 03 Şubat 2008	6	Anatolia - Metod	Meryan Otel	100 TL	3	1	150	Yok	Seminer notları	Var
28 Ocak - 01 Şubat 2009	7	Anatolia - Metod	IC Santai Otel	125 TL	5	1	220	Resim kursu	Seminer notları	Var
27 - 31 Ocak 2010	8	Anatolia - TUYED-	Concorde de Luxe Resort	175 TL	7	2	271	Resim Kursu	Seminer notları	Var
20 Ocak - 06 Şubat 2011	9	Detay Anatolia - Gazi Üniversitesi	LykiaWorld, Antalya	200 TL	9	2	226	Yok	Seminer notları	Var
23 - 29 Ocak 2012	10	Anatolia - Detay	Concorde de Luxe Resort	200 TL	11	1	156	Yok	Seminer notları	Var
13 - 17 Şubat 2013	11	Anatolia - Detay	Korel Thermal Resort	250 TL	10	1	115	Yok	Seminer notları	Var
27 - 31 Ocak 2016	12	Anatolia - Detay	Sueno Hotels Beach	250 TL	11	1	184	Yok	Seminer notları	Var
1 - 5 Şubat 2017	13	Anatolia - Detay	Sheerwood Breezers Resort	250 TL	10	1	161	Yok	Seminer notları	Var



Görsel-2: Bir seminer anı

olarak her yıl seminerler düzenlenir. Düzenleme dönemleri olarak ise, 2003 ve 2004 yıllarında Mart ayındakiler dışında bütün seminerlerin düzenlenme tarihleri orta dereceli eğitim kurumlarının sömestr tatillerine denk getirilir. Bunun nedeni ise, katılımcıların önemli bir bölümünün çocuklarının ilk ve orta dereceli eğitim kurumlarında öğrenci olmalarıdır.

Seminerlerin ve Derslerin Süresi

İlk dört seminer, üç gece konaklama yapılacak bir şekilde düzenlenir. Bu uygulamada katılımcı-

Tablo 2. Seminerlerin düzenlenme tarihleri

Seminer No	Seminer Tarihleri	Seminer Başlığı
1	24 – 27 Ocak 2002	Akademik Turizm Semineri
2	20 – 23 Mart 2003	Akademik Turizm Semineri
3	11 – 14 Mart 2004	Akademik Turizm Semineri
4	2 – 5 Şubat 2006	Akademik Turizm Semineri
5	31 Ocak – 04 Şubat 2007	Araştırma Yöntemleri Semineri
6	30 Ocak – 03 Şubat 2008	Araştırma Yöntemleri Semineri
7	28 Ocak – 01 Şubat 2009	Araştırma Yöntemleri Semineri
8	27 – 31 Ocak 2010	Araştırma Yöntemleri Semineri
9	20 Ocak – 06 Şubat 2011	Araştırma Yöntemleri Semineri
10	23 – 29 Ocak 2012	Araştırma Yöntemleri Semineri
11	13 – 17 Şubat 2013	Araştırma Yöntemleri Semineri
12	27 – 31 Ocak 2016	Araştırma Yöntemleri Semineri
13	01- 05 Şubat 2007	Araştırma Yöntemleri Semineri

lar genel olarak Perşembe günü otele giriş yapılıyor, Pazar günü de otelden ayrılırlardı. Seminerler ise Cuma ve Cumartesi günleri 09:00 ila 18:00 saatleri arasında yapılıyordu. Derslerin saatleri ise başlangıçta 45'er dakika süreli olarak düzenlenmiş olsa da, katılımcıların çay/kahve aralarını uzatma isteklerinden dolayı ortaya çıkan düzensizliği gidermek üzere, derslerin süreleri sabah iki, öğleden sonra iki olmak üzere 90'ar dakikalık olarak düzenlenir. Böylelikle çay/kahve aralarının süresi 30 dakikaya çıkarılarak bu sorun aşılar. İlk dönemlerde uygulanan iki tam günlük seminer süresi ile ilgili yakınmalar ve eleştiriler de zamanla artmaya başlar. İki tam gün seminer düzenlenmesinin katılımcılara "sosyalleşme" olanağı vermediği, en fazla beyan edilen yakınma olur. Bunun üzerine bir süre sonra üç günlük seminer süresinde de değişikliğe gidilir ve beşinci seminerden itibaren seminerler dört gün konaklamalı olarak gerçekleştirilmeye başlanır. Halen de aynı uygulama devam etmektedir. Bu uygulamada katılımcılar Çarşamba günü otele giriş yapar, Perşembe, Cuma ve Cumartesi günleri seminer günleri olmak üzere, Pazar günü otelden ayrılıyorlar. Bu uygulamanın diğer bir farklılığı da, Cuma günleri öğleden sonraki dönemin boş zaman olarak ayrılmasıdır. Bir süre sonra yine gelen istekler üzerine Cuma günleri öğleden sonra bir saatlik "Etüd Saati" uygulamasına geçilir. Halen etüt saati uygulaması devam ettiriliyor.

Bu arada 2010 ve 2011 tarihlerinde, yani 9 ve 10. seminerlerde, katılımcıların bazı seminer konula-



Görsel-3: Meryan otel



Görsel-4: 13. Seminer internet sayfası ara yüzü

rının "Temel" ve "İleri" gibi ikiye ayrılmasını ve iki dönem halinde verilmesi şeklindeki istekleri doğrultusunda iki dönem uygulamasına gidilir. Bu uygulamada, örneğin Temel SPSS, Temel Lisrel veya diğer konular, "Temel" ve "İleri" olmak üzere iki dönem halinde verilir. Amacına tam olarak ulaşmadığına kanaat getirilerek bu uygulamadan iki yıllık deneme sonrasında vazgeçilir.

Oteller

Araştırma Yöntemleri Seminerlerinin yerleşmesinde seçilen otellerin etkisi büyüktür. Bu bağlamda Alanya'nın, Okurcular Turizm Merkezi'nde faaliyet gösteren *Meryan Otel*'in yeri, öyle sanıyorum ki, hepsinden ayrıdır. Zira seminerlerin ilk üçü ve sonrasında bir ara ile ikisi olmak üzere, toplam beş seminer *Meryan Otel*'de düzenlenir. Otelin gerek genel Müdürü İmran TORUN ve otel çalışanlarının seminer grubuna gösterdikleri ilgi ve yardımlar takdire şayandır. Otelin toplantı ortamları yettiği sürece seminerler *Meryan Otel*'de yapılır. Ancak düzenlenen paralel ders sayısı için üzerine çıkarıldığında, başka oteller devreye sokulmak durumunda kalınır. Yedinci Seminer'den sonra seminerlerde sırasıyla *IC Santai Otel*'de, *Concorde de Luxe Resort*, *LykiaWorld*, *Concorde de Luxe Resort*, *Korel Thermal Resort*, *Sueno Hotels Beach* ve olarak da *Sheerwood Breezers Resort*'te düzenlenir. Otel seçiminin

² 2002–2009 döneminde düzenlenen yedi seminere Mersin Üniversitesi'nden yalnızca toplam 29 kişi seminere katılmıştır ki, bu katılımcıların 20'si METİOD yönetimindeki yer alan ve seminerlere ücretsiz katılan akademisyenlerden oluşmaktadır!..

de tesislerin toplantı ortamlarının yeterliliği ön planda tutulurken, sundukları hizmetin standartlarına da dikkat edilir. Zira özellikle Yedinci Seminer'den sonra düzenlenen paralel seminer sayısının altı ve üzerine çıkması, paralel oturum yapılabilecek tesislere yönetilmesini zorunlu kılar. Ne yazık ki, ülkemizde ve Antalya'da halihazırda belirli bir sayıdan sonra paralel toplantı düzenlemeye uygun tesis sayısı yetersiz olması hep sorun olur. Öte yandan seminerlerin düzenlendiği kış aylarında hizmete açık olan tesis sayısının da az olması da, bir diğer zorluktur.

Otellerin faaliyet gösterdikleri yerlerin seçiminde 11. Seminer haricinde, tercih hep Antalya olur. Antalya'nın özellikle havayolu ulaşımı için avantajlı olması, yer tercihinde Antalya'nın hep ön planda olmasına yol açar. Uzunca bir süredir seminerlerin başka yerleşim birimlerinde de yapılmasına yönelik istekler gelmesi dolayısıyla, tesisin termal işletme olması da göz önüne alınarak, 11. Seminer Afyonkarahisar'da, *Korel Thermal Resort*'de seminerin düzenlenir. 12. Seminer ile birlikte tekrar Antalya'ya dönülür.

Seminer Düzenleyicileri

Araştırma Yöntemleri Seminerlerinin ilk altısı kısa adı METİOD olan Mersin Turizm İşletmeciliği

8. Araştırma Yöntemleri Semineri

27-31 Ocak 2010
Concorde De Luxe Resort
ANTALYA

DÜZENLEYENLER
DETAY YAYINCILIK

www.anatoliajournal.com/seminer

➤ Birincisi Ocak 2002 tarihinde düzenlenen Araştırma Yöntemleri Semineri, ülkemizde sosyal bilimlerdeki akademisyenler, araştırmacılar ve lisansüstü öğrencilerin araştırma yöntemleri ve istatistiksel analizler konularındaki bilgi, deneyim ve uygulamaya dönük birikimlerini geliştirmek amacıyla düzenlenmektedir. Seminerler, 2002 yılından bu yana kesintisiz olarak her yıl düzenlenmektedir.

➤ 27 - 31 Ocak 2010 tarihlerinde Antalya, Lara'da faaliyet gösteren Concorde De Luxe Resort' da düzenlenecek olan 8. Araştırma Yöntemleri Semineri 6 ayrı alt seminerden oluşmaktadır.

Seminer-1
Dağılımların Ölçekleri ve İstatistiksel Testlerin Kullanılabilirliği
Prof. Dr. Hasan İyon DENER, Çankaya Üniversitesi

Seminer-2
Nitel Araştırma Yöntemleri
Doç. Dr. Vildan MEVSİM, Dokuz Eylül Üniversitesi

Seminer-3
Ölçme ve Ölçek Geliştirme
Prof. Dr. Adnan ERKÜŞ, Mersin Üniversitesi

Seminer-4
SPSS ve İstatistik Analizleri
Doç. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi

Seminer-5
Yapısal Eşitlik Modeli
Yrd. Doç. Dr. Sabri ERDEM, Dokuz Eylül Üniversitesi

Seminer-6
Academe Writing
Doç. Dr. Metin KÖZAK, Muğla Üniversitesi

Seminerler 15'er saatlik olarak düzenlenmiştir.
Konaklama, katılım ücreti ve diğer konular için bkz.
<http://www.anatoliajournal.com/seminer>

Görsel-5: Sekizinci seminer ilan metni

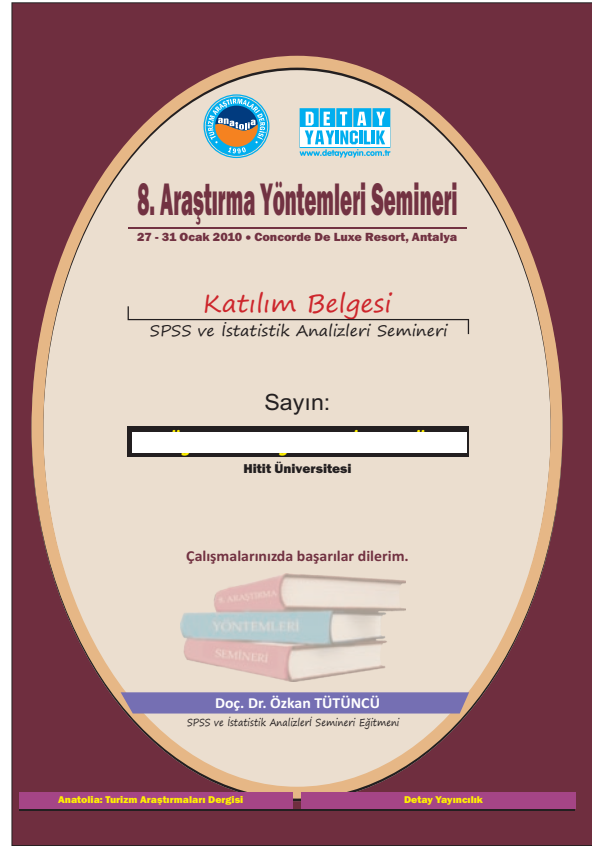
10. Araştırma Yöntemleri Semineri				
I. DÖNEM GENEL PROGRAMI (23 - 26 Ocak 2012)				
	23 Ocak 2012 Pazartesi	24 Ocak 2012 Salı	25 Ocak 2012 Çarşamba	26 Ocak 2012 Perşembe
09:00 - 10:30		1. Ders	6. Ders	
10:30 - 11:00		Kahve Arası	Kahve Arası	
11:00 - 12:30		2. Ders	7. Ders	
12:30 - 14:00	Otele Giriş	Öğle Yemeği	Öğle Yemeği	Otelden Ayrılış
14:00 - 15:30		3. Ders	8. Ders	
15:30 - 16:00		Kahve Arası	Kahve Arası	
16:00 - 17:30		4. Ders	9. Ders	
17:30 - 17:45	Hoş Geldin Kokteyli (17:30 - 18:30)	Ara	Ara	
17:45 - 16:45		5. Ders	10. Ders	

Görsel-6: 10. Seminer genel programı

ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunları Derneği'nin işbirliğinde halinde yapılır. Yukarıda değinildiği üzere METİOD, o dönemde dernek yönetimi ile olan yakın ilişkiler dolayısıyla tercih edilir. Başka bir kurum/kuruluş da tercih edilebilirdi. İşbirliği; METİOD'un konaklama, Anatolia'nın ise bilimsel/akademik düzenlemeleri yapması ve tanıtım çalışmalarının ortaklaşa gerçekleştirilmesi üzerine kurulan anlaşma ile bir süre devam eder. Ancak zamanla METİOD yönetimi seminerin düzenlenmesi ile ilgili görevlerini beklenildiği şekilde yerine getirmemeye başlar. Özellikle seminerlerin tanıtımı konusunda METİOD'un tanıtımını kendi kurumların² da bile yeterince yapmaması üzerine konu üzerindeki görüşme/yakınmalar sonrasında da pek bir şey değişmeyince, METİOD yönetiminde etkin olan bir üyeye "Mevcut yönetim olduğu sürece seminerlerin METİOD ile yapılamayacağı, yönetim değişikliğine gidilmesi durumunda işbirliğinin tekrar gündeme gelebileceği" söylenir. Böylelikle METİOD ile işbirliği dönemi, 2009 yılında istenmeyerek de olsa sona erer.

Burada kamuoyundaki bazı soruları gidermek için; 2002-2009 döneminde düzenlenen yedi seminerde METİOD'a toplam olarak 17 bin TL dolayında bir hisse düştüğünü ve paranın her seminerde farklı miktarlarda olmak üzere etkinlik bitiminde dernek yöneticilerine elden, derneğe gelir kaydedilmek üzere verildiğini açıklamak gerekir. Seminerlerin Anatolia hissesine düşen paylar ise gerek *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin ve gerekse de *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* dergilerinin basım ve posta giderlerinin karşılanması

² 2002-2009 döneminde düzenlenen yedi seminere Mersin Üniversitesi'nden yalnızca toplam 29 kişi seminere katılmıştır ki, bu katılımcıların 20'si METİOD yönetimindeki yer alması dolayısıyla seminerlere ücretsiz katılan akademisyenlerden oluşmaktadır!..



Görsel-7: Sekizinci Seminer katılım belgesi

sında kullanılmak üzere Detay Yayıncılık hesabına aktarılır.

2010 yılında düzenlenen 8. Seminer ile birlikte seminer düzenleyicilerinde değişikliğe gidilir, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'ne ek olarak aynı yıl *Detay Yayıncılık* ve *Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği* seminer düzenleyicileri olarak yer alırlar. 2011 yılında düzenlenen seminerde *Anatolia* ile birlikte *Gazi Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi* düzenleyici olarak yer alırken, 2012 yılında düzenlenen 10. Seminer'den itibaren bütün seminerler *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* ile *Detay Yayıncılık* işbirliğinde düzenlenmeye başlanır.

Seminer Ücreti

Yazının başlangıcında belirttiği üzere Araştırma Yöntemleri Semineri turizm ve ilgili alanlarındaki akademisyen ve lisansüstü öğrencilerin yöntem ve analiz bilgilerinin geliştirilmesi amacıyla

başlatılmış, ticari olmayan bir etkinliktir. Bu durumu seminer ücretlerini ve gelirlerini inceleyen biri rahatlıkla görebilir. Seminerlerin ne denli "ticari" olduğu, seminerin gelir-gider kalemleri üzerindeki basit bir hesaplama ile de görülebilir. İlk seminerin ücreti bugünün para birimiyle 50 TL'dir (o dönemin ifadesi ile 50.000.000 TL.). İlk seminere 31 kişi katıldığına göre (burada ücret ödemeyen düzenleyicilerden üç kişiyi çıkardığınızda) gelir 1.450 TL'dir!.. Burada eğitmenler için yapılan harcamalar ile diğer giderler de dikkate alındığında, kalan para ile bir akşam yemeği ancak yenebilir!

Tekrar seminer ücretlerinin değişimine dönersek, seminer ücretleri giderler ve yapılan ödemelerin değişmesine paralel olarak artış gösterir. Seminer ücretleri 2002-2007 yılları arasında 50 TL, 2008'de 100 TL, 2009'da 125 TL, 2010 yılında 175 TL, 2011-2012 yıllarında 200 ve 2013 yılı sonrasında düzenlenen seminerlerde ise 250 katılım ücreti alınır. Bir anlamda 2002 ile 2017 yılları arasındaki 15 yılda seminer ücreti yüzde 500 artış gösterir.

Seminer Giderleri

Seminerler gider kalemleri, bazı seminerlerde farklılık gösterse de eğitmen ağırlama giderleri, konaklama giderleri, transfer giderleri, vergi ve genel giderlerinden oluşuyor.

Eğitmen ağırlama giderleri: Bu başlık altında seminerlerde ders veren eğitmenlerin konaklama, ulaşım, yeme-içme, transfer ve diğer giderler yer alıyor. Bu giderler tabiiyle düzenlenen seminer sayısına bağlı olarak değişiklik gösterse de, her



Görsel-8: Dördüncü Seminer yaka kartı

ders grubunda yaklaşık 12-15 kişinin katılım ücreti bu amaçla harcanıyor.

Konaklama giderleri: Eğitmenlerin konaklama giderlerine ek olarak, uzun bir süre eğitmenlerin eşlerinin de konaklaması sağlanır. Daha sonra bu giderin karşılanamaz boyutlara ulaşmasıyla, bu uygulamadan vazgeçilir. Konaklama giderleri kalemine düzenleyicilerin konaklama giderlerini de eklemek gerekir ki, bu kişilerin sayısı 2008 yılından sonraki seminerlerde 8-10 kişi arasında değişir.

Transfer giderleri: Uzun bir süre katılımcıların havaalanı ve otel transferleri katılım ücretinin içinde kabul edilir ve karşılanır. Antalya'da otel ve havaalanı ile oteller (özellikle Belek) arasında mesafe düşünüldüğünde bu önemli bir gider kalemini oluşturur. Transfer hizmeti ise çoğu zaman dışarıdan, yani bir transfer firmasından hizmet alınarak karşılanır.

Vergi: KDV vergisi seminer katılım ücretine dahil olarak tahsil edilir. Bugün de durum aynı olup, seminer vb. hizmetlerin KDV oranı yüzde 18'dir.



Görsel-9: Sesim kursu katılımcıları için yaka kartı

11. Araştırma Yöntemleri Semineri

13 - 17 Şubat 2013, Korel Thermal Resort Clinic&SPA, Afyonkarahisar

ANATOLIA 1990

DETAY YAYINCILIK
www.detayyayin.com.tr

SEMİNER NOTLARI

SEMİNER KONULARI

Etnografiden Nitel Araştırma
Prof. Dr. Asker KARTARI, *Kadir Has Üniversitesi*

Temel SPSS
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, *Dokuz Eylül Üniversitesi*

İleri SPSS
Prof. Dr. İsmet DOĞAN, *Afyon Kocatepe Üniversitesi*

Temel Lisrel (Yapısal Eşitlik Modeli)
Doç. Dr. Erdem KARABULUT, *Hacettepe Üniversitesi*

İleri Lisrel (Yapısal Eşitlik Modellemesi)
Doç. Dr. Pınar ÖZDEMİR, *Hacettepe Üniversitesi*

Academic Writing
Prof. Dr. Metin KOZAK, *Muğla Üniversitesi*

Nitel Araştırma Yöntemleri
Doç. Dr. Vildan MEVSİM, *Dokuz Eylül Üniversitesi*

Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Felsefesi
Prof. Dr. Muammer TUNA, *Muğla Üniversitesi*

Karmaşık Ortamlarda Karar Verme Semineri
Prof. Dr. Müjgan SAĞIR ÖZDEMİR, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi*

Görsel-10: 10. Seminer Notları kitapçığının kapak sayfası

KDV'ye ek olarak gelir vergisi kaleminin de önemli bir gider olduğunu dikkate almak lazım. Vergi giderleri de katılım ücretinden karşılanır.

Diğer giderler: Bu kaleme giren giderler dönemsel olarak değişiklik gösterse de, çeşitli organizasyon giderlerini içerir. Burada en önemli gider kalemini seminer notlarının bastırılması veya çoğaltılması oluşturur. Düzenlenen bütün seminerlerde ders notlarının topluca bastırılması veya çoğaltılması, önemli bir gider kalemini oluşturur. Broşür ve afiş basımı, web sayfası tasarımı, karşılama standının yaptırılması, roll up, branda işleri, otele verilen bahşişler, plaket yaptırımı, katılım belgesi ve yaka kartlarının hazırlanması ve bastırılması, yaka ipi temin giderleri, nakliye giderleri, akla ilk gelen diğer gider kalemleri arasında yer alıyor.

Seminer Notları (Kitapları)

İlk seminerden itibaren bütün seminerlerde ve seminer gruplarında eğitmenin anlatacağı konu-

ları içeren Power Point (ppt) sunumu, "dinleyici notları" olacak şekilde düzenlenir. Bastırılarak veya fotokopi ile çoğaltıldıktan sonra spiral veya başka şekillerde ciltlenerek katılımcılara dağıtılır. Seminer sayısının arttığı dönemlerde ise, bütün seminer notları tek bir kitapçık olarak bir arada hazırlanır ve bütün katılımcılara dağıtımı yapılır. Bazı seminerlerde eğitmenlerin uygulama amacıyla hazırlıkları veri setlerine de kitapçıklarda yer verilir veya ayrıca çoğaltılır. Kitapçıklarda ayrıca semineri veren eğitmenin özgeçmiş bilgilerine de yer verilir.

Katılımcı Sayıları

Araştırma Yöntemleri Seminerine 2002-2017 yılları arasında yaklaşık 1800 kişi katılır (Bu rakama tekrar katılanlar dahildir.). Eldeki verilerde katılımcı sayısı 1767 olarak tespit edilse de, bazı dönemlerin katılımcı sayılarının net olarak tespit edilemediği göz önüne alındığında, toplam rakamın 1800 dolayına gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

İlk seminere 31 kişi katılır. Seminerler 2006 yılına kadar tek ders olarak düzenlenirken, bu yıllarda katılımcı sayısı da 31 ile 42 arasında değişiklik gösterir. Ancak paralel ders sayısının artış gösterdiği dönemlerde katılımcı sayısı da artar. Sınıf kapasitelerinde sınır genel olarak 25 kişi olarak belirlendiği için paralel sınıf sayısı artsa bile katılımcı sayısında olağanüstü artışlar yaşanmaz. En fazla katılımcının olduğu 2010 yılındaki 8. Seminer'de dokuz paralel ders düzenlenirken, seminerlere toplam olarak 271 kişi katılır. Buna karşılık 11 paralel seminerin düzenlendiği 10. Seminer'e ise 156 kişi katılır. Bugüne kadar ger-



Görsel-11: Seminerlerle ilgili olarak basında çıkan bir haber

çekteşen bir-iki seminer dışında yeterli talep olmaması durumunda bile bütün seminer sınıfları açıldığı için, bazı sınıfların katılımcı sayısının 4-5 dolayında kalması, toplam katılımcı rakamlarının düşük çıkmasına yol açar. Katılımcı sayıları ile ilgili ayrıntılı bilgiler Tablo 1’de verilmektedir.

Seminer Konuları

Yöntem ve analiz bilgisi denilince ülkemizde 1990’lı yıllardan itibaren 2010’lı yıllara kadar görgül (ampirik) yöntemler akla geldiği ve ampirik olmayan tezlerin kabul edilmemesi gibi absürt gelişmelerin yaşanması, uzun süre görgül tekniklerin ve bu arada SPSS’in dominant olmasına yol açar. Araştırma Yöntemleri, Bilimsel Araştırma ve Nicelleştirme gibi seminer konuları içinde SPSS ile analiz konularının önemli bir ağırlığa sahip olması, bu yönüyle en fazla talep edilen alanlar arasında SPSS ile ilgili seminer konularının olduğunu gösteriyor.

Tablo 3. Seminer konularına katılım sayıları

Seminer konusu	Sayı
Nitel Yöntemler	259
Araştırma Yöntemleri	175
Temel SPSS	145
Yapısal Eşitlik Modellemesi (Lisrel)	144
Ölçme ve Ölçek Geliştirme	143
Academic Writing	134
SPSS (Temel ve İleri)	132
İleri SPSS	87
Temel Lisrel	80
Bilimsel Araştırma ve Nicelleştirme	48
Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Felsefesi	47
Ölçek Geliştirme	46
Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi	42
Etnografiden Netrografiye Nitel Yöntemler Araştırma	42
İleri Lisrel	39
NVivo8 ile Nitel Veri Analizi	31
Dağılımların Ölçekleri ve İstatistiksel Tekniklerin Kullanılabilirliği	25
Veri Madenciliği	14
Tez ve makale yazımı	13
Meta Analiz	10
Makale Dil ve Anlatımı	9
AHS, Analitik Hiyerarşi Süreci	8
Çok Kriterli Karar Verme	6
Bilinmeyen	3
Excel ile Veri Analizi	1

Özellikle 2010’lı yıllardan sonra başka yöntemler de talep edilmeye talep edilmeye ve ilgi görmeye başlar. Nitel Yöntemler, Yapısal Eşitlik Modellemesi, Ölçme ve Ölçek Geliştirme, Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Felsefesi ve Academic Writing gibi konular göreceli olarak talep görür. Yine uluslararası dergilere makale yazmaya yönelik olarak düzenlenen “Academic Writing” de son dönemde ilgi gören seminer konuları arasında yer alır. Tablo 3, 2002–2017 yılları arasında düzenlenen 13 seminerin katılımcı sayılarını seminer konularına göre göstermektedir.

Tablo 4 de, 2002-2017 yılları arasında gerçekleştirilen seminerlerin konu başlıklarına ve her seminer döneminde yer alan ders sayılarına yer veriyor.

Katılımcıların Profili

Seminerlere katılanların meslek, akademik konum ve statülerine göre dağılımları Tablo 5’te görülüyor. Tabloda yüzde 23’lük bir oranın konularına ilişkin bilgileri derlenemedi. Mevcut yüzde 77,4’lük kısmın dağılımları incelendiğinde, düzenlenen 13 seminerde en fazla katılımın yüksek lisans öğrencileri tarafından yapıldığı anlaşılıyor. Yüksek lisans öğrencilerini sırasıyla yardımcı doçentler, araştırma görevlileri, öğretim görevlileri, doktorasını tamamlayanlar izliyor. Hemen her alandan ve konumdan katılımın olduğu görülüyor. Akademik unvanların bütün düzeylerinden katılımın olması da dikkati çekiyor. Öte yandan yüksek lisans ve doktora gibi lisansüstü programlarından gelen katılımlar dikkati çekerken, doktor, yardımcı doçent, öğretim görevlisi gibi akademik unvanlara sahip kişilerin

10. Araştırma Yöntemleri Semineri				
SEMİNERİN GENEL BİLGİLERİ				
SEMİNER BAŞLIĞI	Nitel Araştırma Yöntemleri			
SEMİNER YERİ	Doç. Dr. Vahit MEVSİM			
SEMİNER TARİHİ	23 - 29 Ocak 2012			
SEMİNER WEB SAYFA ADRESİ	http://www.deu.edu.tr/akademik/index.php?cat=39&kod=20020193			
SEMİNER PROGRAMI				
	23 Ocak 2012	24 Ocak 2012	25 Ocak 2012	26 Ocak 2012
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe
09:00 - 10:30		1. Ders: Nitel Araştırma Tanımı, Önemi ve Özellikleri	6. Ders: Odak Grup Görüşmesi	
10:30 - 11:00		Kahve Arası	Kahve Arası	
11:00 - 12:30		2. Ders: Nitel Araştırma Yöntemleri ve Başarımları	7. Ders: Derin Görüşme	
12:30 - 14:00		Öğle Yemeği	Öğle Yemeği	
14:00 - 15:30	Ötele Giriş	3. Ders: Nitel Araştırmalarda Veri Toplama Yöntemleri	8. Ders: Diğer Veri Toplama Yöntemleri ve Verilerin Düzenlenmesi	Öteleden Aynısı
15:30 - 16:00		Kahve Arası	Kahve Arası	
16:00 - 17:30		4. Ders: Nitel Araştırmalarda Örneklem Seçimi	9. Ders: Veri Analizi ve Türleri	
17:30 - 17:45		Kahve Arası	Kahve Arası	
17:45 - 18:45		5. Ders: Özet	10. Ders: Nitel Araştırmanın Raporlanması ve Nitel Araştırmalara Eleştirel Değer Değerme	

Görsel-12: Nitel araştırma yöntemleri semineri programı

Tablo 4. Yıllar itibariyle seminer konularının dağılımı

2002	1	Ampirik Tasarım ve İstatistik Yöntemler
2003	2	Araştırma Yöntemleri
2004	3	SPSS ile Uygulamalı Veri Analizi Ve Yorumlama
2006	4	Nitel Araştırma Yöntemleri
2007	5	1. Ölçme ve Ölçek Geliştirme Semineri 2. Niteliksel Araştırma Yöntemleri Semineri 3. Pazarlama Alanında Araştırma Yöntemleri
2008	6	1. Ölçme ve Ölçek Geliştirme 2. Araştırma Yöntemleri 3. Yapısal Eşitlik Modellemesine 4. (YEM) Giriş (Lisrel)
2009	7	1. Bilimsel Araştırma ve Nicelleştirme 2. Yapısal Eşitlik Modellemesi (Lisrel) 3. Academic Writing 4. SPSS ve İstatistik Analizleri 5. NVivo8 ile Nitel Veri Analizi
2010	8	1. Dağılımların Ölçekleri ve İstatistiksel Tekniklerin Kullanılabilirliği 2. Nitel Araştırma Yöntemleri 3. Ölçme ve Ölçek Geliştirme 4. SPSS ve İstatistik Analizleri 5. Yapısal Eşitlik Modeli 6. Academic Writing
2011	9	1. Temel Lisrel 2. İleri lisrel 3. Temel SPSS 4. İleri SPSS 5. Nitel Yöntemler 6. Nitel Araştırma ve Analizi (NVivo 8 Programı Uygulamalı) 7. Academic Writing 8. Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Felsefesi 9. Tez ve Makale Yazımında Dil ve Anlatım
2012	10	1. Temel SPSS 2. Temel Lisrel 3. Academic Writing 4. Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Felsefesi 5. İleri SPSS 6. AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Uygulamaları 7. İleri Lisrel 8. Nitel Araştırma Yöntemleri 9. Makale Yazımında Dil ve Anlatım

Tablo 4. Yıllar itibariyle seminer konularının dağılımı (Devam)

2013	11	1. Etnografiden Nitrografiye Nitel Araştırma 2. Temel SPSS 3. İleri SPSS 4. Temel Lisrel (Yapısal Eşitlik Modellemesi) 5. İleri Lisrel (Yapısal Eşitlik Modellemesi) 6. Academic Writing (İngilizce Bilimsel Dil ve Anlatım-Makale Yazımı) 7. Nitel Araştırma Yöntemleri 8. Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Felsefesi 9. Karmaşık Ortamlarda Karar Verme Semineri (AHS, Analitik Hiyerarşi Süreci) 10. Temel STATA
2016	12	1. Sosyal Bilimlerde Yöntem ve Felsefi Temelleri 2. Nitel Araştırma Yöntemleri 3. Veri Madenciliği 4. Ölçek Geliştirme 5. Çok Kriterli Karar Verme 6. Temel SPSS 7. İleri SPSS 8. Temel Lisrel 9. İleri Lisrel 10. Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Uygulamaları 11. Academic Writing
2017	13	1. Sosyal Bilimlerin Felsefesi ve Etik 2. Nitel Araştırma Yöntemleri ve Nvivo 3. Veri Madenciliği 4. Ölçek Geliştirme 5. Temel SPSS 6. İleri SPSS 7. Etnografiden Nitrografiye Nitel Araştırma 8. LISREL ile Yapısal Eşitlik Modellemesi 9. Meta Analizi ve Stata Programı 10. Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi 11. Academic Writing

de yöntem ve analiz konularında kendilerini yetersiz görüp seminerlere katılıyor olması, umut verici bir durumdur. Öte yandan, doçent ve profesör unvanlı akademisyenlerden de kayda değer katılım olması da diğer umut veren bir bulgudur.

Tablo 5. Seminer katılımcılarının unvanlarına ve konularına göre dağılımı

Unvan	Sayı	Yüzde
Yüksek lisans öğrencisi	403	22,3
Yrd. Doç. Dr.	350	19,4
Arş. Gör.	306	17,0
Öğr. Gör.	258	14,3
Dr.	149	8,2
Doç. Dr.	98	5,4
Doktora öğrencisi	46	2,6
Prof. Dr.	42	2,3
Sağlık çalışanı	20	1,1
Uzman	18	1,0
Öğrenci	17	0,9
Öğretmen	16	0,9
Araştırmacı	5	0,8
Kamu görevlisi	4	0,2
Okutman	2	0,1
Psikolog	2	0,1
Ara Toplam	1736	77,4
Bilinmeyen	64	3,5
Genel Toplam	1800	100,0

Resim Kursları

Seminerler kapsamında Yedinci ve Sekizinci seminerlerde iki kez üst üste katılımcıların çocuklarına yönelik resim seminerleri düzenlenir. Katılımcıların çocuklarının seminer sırasında hem kontrol altında tutulmalarını sağlamak hem de bir sanat dalı ile ilgili bir eğitim almaları için düzenlenen seminerlere 30 dolayında katılım olur. Katılımcı çocukların yaşlarının beş ile 15 arasında olması önkoşulu aranır. Resim seminerlerine katılanlardan, seminer için gereken kağıt, boya, vb. çok sayıda malzeme giderlerinin karşılanabilmesi için 50'şer TL katılım ücreti alınır. Resim seminerleri biri ressam, diğeri de resim öğretmeni iki kişi tarafından yürütülür.

Üç gün süresin resim semineri sonrasında, son gün katılımcı çocukların yaptıkları resimlerin bir kokteyl eşliğinde sergisi açılır. Sonraki dönemlerde giderleri karşılayacak bir katılım çokluğu oluşmadığı için resim semineri düzenlenemez.

Tanıtım Çalışmaları

Araştırma yöntemleri seminerlerinin tanıtımında 2002 yılından itibaren çeşitli yol ve tekniklere başvurulur. Örneğin; 2002 yılında düzenlenen ilk seminerin tanıtımı çalışmaları daha çok kişisel bağlantılar ile gerçekleştirilirken, 2003 yılından itibaren seminerlerin basit de olsa bir web sayfası hazırlanır. Seminer web sayfaları zamanla daha nitelikli hale gelir. Ancak en çok kullanılan yollar arasında e-posta ile tanıtım başı çekerken, dönem dönem broşür ve afiş yoluyla da tanıtım yapılır. Yine dönem dönem internet basını da tanıtımlarda başvurulan yollar arasında yer alır. Son dönemde sosyal medya da tanıtım için başvuran yollar arasında yer alır.

Katılımcılara Verilen Belge ve Dokümanlar

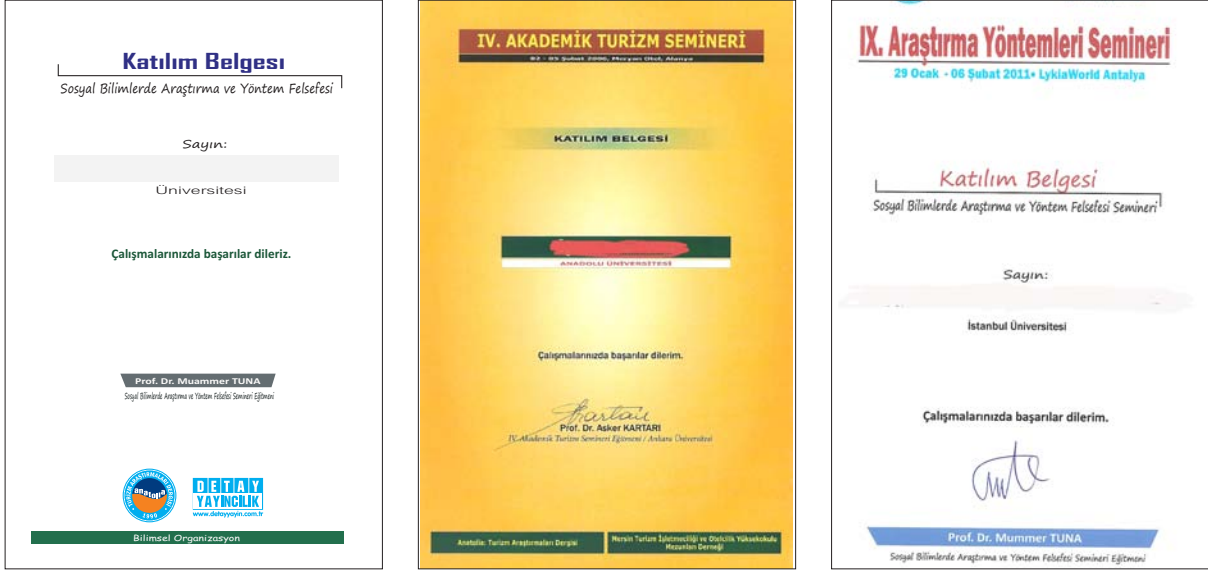
İlkinden itibaren seminerlere katılanlara katılım belgesi verilir. Seminere katılımının belgelenmesi anlamına da gelen katılım belgelerinin belirli bir görsel niteliğe sahip olmasına çaba gösterilir. Öte yandan bütün seminerlerde her katılımcıya yaka kartları hazırlanır ve dağıtılır. Yaka kartları katılımın arttığı dönemlerde katılımcıların birbirlerini tanımaları için önemli bir araç olur. Yine her seminerde katılımcılara çantalar eşliğinde bloknot, kalem, seminer notu, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin sayıları ile Detay Yayıncılık tarafından kitap, bloknot, takvim ve yayın kataloğu gibi materyaller hediye niteliğinde dağıtılır. Bazı yıllarda dağıtılan çantalar epey ağırlığa sahip olduklarından katılımcıların yakınmalarına (!) yol açar.

SEMINERLERİN AKADEMİK/BİLİMSEL ETKİLERİ

Araştırma Yöntemleri Seminerleri yalnız ülkemizin değil, dünyanın da en kapsamlı ve en uzun süreli semineridir. Şimdiye kadar düzenlenen 13 seminerde 72 oturum gerçekleştirilir, 1800 dolayında akademisyen, araştırmacı ve lisansüstü öğrenci bu seminerlere katılır. Dolayısıyla böylesine kapsamlı bir seminer etkinliğinin akademik/bilimsel etkileri de, farklı ve kapsamlı olur.

Seminerlerin en önemli ve nesnel olarak ölçülebilecek bir etkisi, 2002 yılından sonraki yıllarda araştırma yöntemleri konusunda düzenlenen seminer sayısının artışında görülebilir. Bir kısmı

Etkinliklerimiz



Görsel-13: Katılım belgesi örnekleri

kısa süreli de olsa, bu alanda epey seminer etkinliği ortaya çıkar, ancak seminer ücretlerinin yüksekliği dolayısıyla pek çoğu bir-iki kez düzenlendikten sonra sona erer. Mesleki ve mezun dernekleri ile birtakım disiplinlerde çalışan akademisyenlerin kurdukları sivil toplum kuruluşlarının düzenledikleri seminerler bu kapsamda değerlendirilebilir. Böyle bir eksikliğin varlığında farkındalık yaratılması bağlamında Araştırma Yöntemleri Semineri'nin önemli bir etkisi bu şekilde gerçekleşir.

Diğer bir etki de, pek çok üniversitede, özellikle 2008 ve sonrası yıllarda kurum içi araştırma yöntem ve teknikleri konulu seminerlerin başlatılması şeklinde ortaya çıkar. Gerçekten de bazıları daha önceki dönemlerde Araştırma Yöntemleri Seminerlerine katılmış olan bazı akademisyenler izleyen yıllarda kendi üniversitelerinde araştırma yöntemleri ve teknikleri başlığı altında çeşitli seminerlerin düzenlenmesine öncülük ederler. Bizim gözleyebildiğimiz kadarıyla 2008 sonrası bu tür seminerleri düzenleyen üniversitelerin sayısı birkaç on üniversiteyi içerir.

Araştırma Yöntemleri Seminerlerinin bir başka etkisi de, düzenlenen ulusal ve ulusal ölçekli de olsa uluslararası başlığı altında ülke içinde düzenlenen kongrelerde ortaya çıkar. Araştırma yöntem ve tekniklerine ilişkin seminerler kongrelerin genellikle ilk gününde gerçekleştirilirler.

Genellikle birkaç saat ile sınırlı tutulması ve bir günde birden fazla konunun içerilmesi gibi uygulamalar dolayısıyla bu seminerler zamanla etkisini yitirir. Günümüzde de bu tür etkinlikler seyrek de olsa devam ediyor.

Araştırma Yöntemleri Semineri'nin çok nesnel olarak ölçülemez de bir diğer etkisi, katılımcıların hazırladıkları araştırmalar ile tez çalışmalarının niteliklerindeki artıştır. Daha çok önceki dönemlerde katılanların sözlü beyanlarına bağlı olarak yapılan bu değerlendirme ile pek çok katılımcının araştırma yöntemleri seminerlerine katıldıktan sonra daha nitelikli çalışmalar yaptıkları, ulusal ve uluslararası ölçekli makale ve bildiriler hazırladıkları anlaşılıyor. En azından seminerlerin düzenleme kurulunun çevresindeki akademisyen ve lisansüstü öğrencilerde bu "ilerleme" gözle görülüyor.

Öte yandan, seminerlere katılan bazı akademisyenlerin araştırma yöntemleri konusunda kitap hazırladıkları da biliniyor. Tespit edilebildiği kadarıyla bu türden kitap sayısı beşten fazla olduğu ve bu kitapları yayımlayan yazarların önceki dönemlerde araştırma yöntemleri seminerlerine katıldıkları katılımcı listelerinden anlaşılıyor. Kitap yazımlarının araştırma yöntemleri seminerlerine katılımla ne denli ilişkili olduğu nesnel olarak ortaya konulmasa bile, bir etkileşim olduğu açıktır. Ek olarak seminerlerde ders veren eğit-



Görsel-14: Resim kursuna katılan çocuklar katılım belgeleri ile

menler de, seminerler sonrasında alanları ile ilgili pek çok kitap hazırlarlar.

Bu alanla ilgili bir başka etki veya etkileşim de, Detay Yayıncılık'ın seminerlere katılan akademisyenlerle seminer sırasında kurduğu ilişkiler neticesinde çok sayıda kitap yazılır ve yayımlanır. Bu konuyu en iyi Detay Yayıncılık sahibi Hüseyin Yıldırım açıklama konumunda olsa da gözlemler, yazarlarla tanışma ve kitap yazma veya kitap yayımlama ilişkisinin ilk olarak seminerler sırasında ortaya çıktığını gösteriyor.

Seminerlerin bir başka akademik/bilimsel etkisi de, şimdilerde dokuzuncusu düzenlenen Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nin düzenlenmesine ilişkin kararın 1. Seminer'de alınmasıdır. O dönemde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nden seminere katılan arkadaşlarla yapılan ön görüşmelerde böyle bir kongrenin düzenlenmesi üzerinde fikir birliğine varılır ve 2002 yılının Ekim ayında düzenlenen ilk kongre ile birlikte Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi düzenlenmeye başlanır.

Araştırma Yöntemleri Seminerinin belki de en önemli etkilerinden biri, turizmin bir disiplin



Görsel-15: Seminerlerde ders başında!

olarak "Ben de varım" şeklindeki çıkışıyla ilgilidir. Zira bilindiği üzere turizm alanı ve eğitimi, disiplinlerarası yapısından dolayı yıllarca hep başka alanlarından beslenmek ve başka alanlarının teorilerini ve yöntemlerini "ödünç" almak durumunda kaldı. Belki de ilk kez turizm alanı Araştırma Yöntemleri Seminerleri yoluyla, düzenleyicilerinin turizm alanından olması dolayısıyla başka alanlara "katkı" yapmaya başladı. Bu da turizm alanı açısından sevindirici bir gelişmedir. Bu arada bilimsel/akademik etki kapsamında değerlendirilmese de, seminerlere katılanların arasındaki sosyal ilişkilerin ve dostlukların epeyce artış gösterdiği, hatta bilinen birkaç evliliğin seminer tanışıklıkları sonrasında gerçekleştiği eldeki bilgiler dahilindedir. Katılımcıların her seminer bitiminde "Bir sonraki seminerde buluşmak üzere" diyerek ayrıldıkları, pek çoğunun da bir sonraki seminere katılarak, aralarındaki dostluk ve arkadaşlıkları ilerlettikleri gözlenir.

SONUÇ

Yukarıdaki açıklamalarda da vurgulandığı üzere, Araştırma Yöntemleri Semineri alanının en kapsamlı ve en uzun süreli bilimsel/akademik bir etkinliğidir. Bir "örnek olay" olarak incelenmeyi ve üzerine lisansüstü tezlerin hazırlanmasını da hak ediyor. Ne yazık ki, bu seminerler şimdiye kadar daha çok sosyal ve kişisel boyutuyla gündeme geldi, Türk akademik yaşamına olan etkileri hep göz ardı edildi veya fark edilemedi. Şimdilerin rakamıyla Türkiye üniversitelerinde görevli akademisyenlerin yaklaşık yüzde biri Araştırma Yöntemleri Seminerlerine katıldı. Böylesine kapsamlı bir olay ancak kamunun üstesinden gelebileceği bir iş olmasına karşılık, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin liderliğinde 15 yılda 13 kez, aralıksız düzenlenebilmesi, 1800 kişiye eğitim hizmeti sunabilmesi ve onlarca eğitmeni içine alan bir etkinlik olması, öyle sanıyoruz ki seminerleri araştırılmayı hak eden bir etkinlik konumuna getirmiştir.

Bu yazı Araştırma Yöntemleri Seminerlerini tanıtmayı amaçlayan bir çalışmanın ürünüdür. Öyle sanıyoruz ki, böylesine bir etkinliğin Türk ve dünya akademik tarihinde kayda değer yeri bir miktar da olsa gösterilebilmiştir.



TURİZM ARAŞTIRMA PROJELERİ

Editör: **Hatice GÜÇLÜ NERGİZ**
E-posta: hgnergiz@kocaeli.edu.tr

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, Bahar: 200 - 202, 2017.
Copyright © 2017 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2017)

Trakya Turizm Rotası

<i>Proje Yürütücüsü</i>	: Yrd. Doç. Dr. Nilüfer VATANSEVER TOYLAN (Kırklareli Üniversitesi)
<i>Projenin İllerdeki Yürütücüleri</i>	: Prof. Dr. İhsan SOYSAL (Namık Kemal Üniversitesi), Doç. Dr. Emel GÖNENC GÜLER (Trakya Üniversitesi)
<i>Proje Araştırmacıları</i>	: Arş. Gör. Hilmi AR, Arş. Gör. Meltem YALÇIN KAYIKÇI (Kırklareli Üniversitesi), Arş. Gör. Ayşegül KUTLUK BOZKURT (Kırklareli Üniversitesi)
<i>Destekleyen Kurum</i>	: Trakya Kalkınma Ajansı
<i>Proje Koordinatörü</i>	: Kırklareli Üniversitesi
<i>Proje Ortakları</i>	: Kırklareli Üniversitesi, Namık Kemal Üniversitesi, Trakya Üniversitesi, Kırklareli Belediye Başkanlığı, Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi, Edirne Belediye Başkanlığı, Kırklareli-Edirne-Tekirdağ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Trakya Turizm İşletmecileri Derneği.
<i>Başlama ve Bitiş</i>	: Eylül 2015- Aralık 2016

PROJENİN AMACI

Proje; Trakya'da yer alan Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli illerinde birbirinden bağımsız yürütülen projeleri tek çatı altında toplayarak; Trakya bölgesi turizm noktalarının ortak tanıtımını yapmak ve bölgenin gelişmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Projenin hedefleri ile birlikte Trakya bölgesindeki kurumların bir araya gelerek işbirliği yapması, projenin hedefleri ile birlikte bölgeye yeni turizm alanlarının kazandırılması sağlanacaktır. Bölgenin doğası, tarihi, lezzet durakları ve inanç turizmi gibi değerlerinin tespit edilerek bölgenin turistik çekicilikleri konusunda halkın bilinçlendirilmesi, yok olmaya yüz tutmuş kültürel değerlerin yeniden canlandırılması, farkındalık yaratılması, bölgenin kara, hava ve su sporlarına uygun mekanlarının belirlenerek; yelken sporları, su altı sporları, sportif olta balıkçılığı, rafting, mağara turizmi, dağcılık, avcılık, yamaç paraşütü vb. doğa sporlarına uygun yerlerin tespit edilmesi, potansiyel yatırımlar için girişimcilere zemin hazırlanması, turizm güzergahlarının rota ve istasyonlarının dinlenme ve ihtiyaç giderme

noktalarının haritalarda işaretlenerek bilinirliğini arttırmayı amaçlamaktadır.

Proje ayrıca, Trakya Bölgesi'nin doğa, tarih, lezzet ve inanç turizmi envanterleri çıkarılarak, bölgede yaşayan halk, seyahat acenteleri ve yerli-yabancı turistlerin turizmde çekim noktası haline getirilmesi hedeflemektedir.

PROJE AYRINTILARI

Türkiye'nin en batısında ve Avrupa Birliği ülkelerinden, Bulgaristan ve Yunanistan sınırında yer alan TR21 Trakya Bölgesi; Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerinden oluşmaktadır. Türkiye ile Avrupa arasındaki karayolu geçişlerinin bulunmasının yanı sıra bölge halkının büyük bir kesiminin Balkan Ülkeleri'nden göçerek bölgeye yerleşen insanlardan oluşması, Trakya Bölgesi'nin sadece fiziki değil, kültürel ve sosyal bir geçiş noktası olmasını sağlamıştır.

Trakya topraklarının büyük bir kısmı tarım alanı olarak kullanılmaktadır. Edirne ve Kırklareli illerinde, en önemli geçim kaynağı tarım ve tarıma dayalı sanayidir. Yoğun sanayi üretimine sahip olan Tekirdağ ilinde özellikle iç ve batı kesiminde

yaşayanların büyük bir bölümü yine tarımla ilgili işlerle uğraşmaktadır. Doğuda Sakarya, Kocaeli illerinden başlayan sanayi yerleşimleri, Trakya Bölgesi'nde Tekirdağ'a bağlı Çorlu ile Çerkezköy ve Kırklareli'ye bağlı Lüleburgaz ilçelerine kadar uzanmaktadır. D-100 karayolunun etrafında yoğunlaşan sanayi ve büyük tarımsal alan ile Bölge, ikili bir yapı arz etmektedir. Bu ikili yapı üretimin yanı sıra sosyal yaşamı da şekillendirmektedir.

Bölge tarihi, kültürel ve doğal varlıkları ile de Türkiye'nin önemli yerlerinden birisidir. 1365'ten İstanbul'un fethine (1453) kadar olan dönemde Osmanlı İmparatorluğu'nun başkentliğini yapan Edirne, hem Osmanlı döneminin fiziki ve kültürel izlerinin, hem de Bölgenin en eski üniversitesi ile modern bir yaşamın aynı anda devam ettiği bir şehrimizdir. Karadeniz kıyısındaki Kırklareli ili Longoz ormanları, Dupnisa Mağarası, İğneada, Kıyıköy bölgelerinde eşsiz doğal varlıkların yanı sıra Bölge, Fatih'in İstanbul'u fethinde kullandığı toprakların döküldüğü Demirköy gibi bir yöreye sahiptir. Romalılar döneminde Trakya bölgesi başkentliğini yapmış olan Perinthos'u, Macar kralı Rakoczi'nin sürgün hayatını geçirdiği yer olan Tekirdağ kendine has kültürü ve güzellikleri ile yüksek potansiyele sahip bir ilimizdir.

Trakya Bölgesi geleneksel tarım toplumundan modern tarıma geçişte öncü bir Bölge olmasının yanında, hızla gelişen sanayisi, değişen ekonomik ve sosyal çehresi ile diğer bölgelere ilham kaynağı olmaktadır. Çorlu ve Çerkezköy'de bulunan iki adet Organize Sanayi Bölgesi (OSB) ve Çorlu'daki Avrupa Serbest Bölgesi gelişmiş alt yapıları sayesinde Bölgeye önemli yatırımların çekilmesinde öncülük görevi üstlenmektedirler. Buralarda yüksek doluluk oranları, yeni yatırımların çekilmesinde bölge adına önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Gelişmiş altyapıya sahip bu bölgeler ile birlikte D-100 aksı etrafına serpilmiş sanayi yoğunlaşmasından kaynaklanan çevre kirliliği, Bölgenin önemli sorunlarından biri olarak görülmektedir. Ancak, son dönemde üzerinde çalışılan İslah Organize Sanayi Bölgeleri bu dağınık sanayi bölgesine ortak bir altyapının sağlanması için önemli bir çözüm yolu olma potansiyeline sahiptir.

Trakya Bölgesi'nde yapılan sanayi yatırımlarının hızla artması, İstanbul'da bulunan bazı endüstri kollarının Bölgeye kaydırılması; sanayinin Bölge ve özellikle de tarımsal üretim üzerinde büyük bir baskı oluşturmaya neden olmaktadır. Önemli sosyal sonuçlar da doğurmaya olan bu gelişmenin Bölgeye dışarıdan göç hareketlerinin başlamasının ötesinde, Bölge içinde tarım yoğun alanlardan sanayi alanlarına doğru nüfusun kaymasına neden olduğu da görülmektedir. Tarımsal alanlarda yaşayan nüfusun tarımdan elde ettiği gelirin istenilen düzeyde olmaması, bu insanları sanayide niteliksiz çalışanlara dönüştürebilmektedir.

Trakya Bölgesi, sahip olduğu beşeri sermaye ve doğal kaynakları açısından hem sanayinin gelişimine hem de tarımsal üretime uygun bir bölgedir. Ancak, Bölgede baş gösteren sorunların temelinde bu iki sektörün uyumlu şekilde gelişim gösterememesi, bunun yerine özellikle 1980'li yıllardan itibaren sanayi lehine gelişen kontrolsüz artışın devam etmesi bulunmaktadır.

PROJENİN SOSYAL YARARI:

Trakya'da sanayi ve tarım dışında turizm potansiyeli olmasına rağmen; henüz Bölgede turizm bir sektör haline gelememiştir. Eski Osmanlı başkenti olan Edirne, doğal güzellikleri ve Fatih'in topraklarını döküldüğü Demirköy'ün bulunduğu Kırklareli ve Macarların milli kahramanı Rakoczi'nin yaşadığı evin bulunduğu, doğa güzelliklerine sahip ve doğa sporlarının yapılabilirdiği Tekirdağ, Bölgenin turizm alanında atılım yapabileceğinin göstergesidir. Turizmde kısmen faal olduğu bilinen Şarköy, İğneada, Kıyıköy, Enez ve Edirne Merkez gibi destinasyonlardan; turizm altyapısının tam olarak geliştirilememesi, hizmet kalitesindeki düşüklük ve organizasyon eksiklikleri gibi sebeplerden ötürü yeterli verim alınamamaktadır.

Turizm sektörünü de kapsayan hizmet sektörünün, tüm dünyada ve Türkiye'de olduğu gibi Trakya Bölgesi'nde de toplam katma değer içindeki payı gün geçtikçe artarak %50'lere yaklaşmış durumdadır. Bu oranın gelişmiş ülkelerde %60'lara vardığını da ifade etmek gerekmektedir.

dir. Hizmet sektörünün katma değerinin, toplam üretim içinde %50'ler seviyesinde olması ve zaman içinde artış göstermesi, bölgede hizmet sektöründe istenilen düzeye yaklaştığını göstermektedir. Bölgedeki hizmet sektöründe faaliyet gösteren tesislerin kalitesinin geliştirilmesi gerekliliği bulunmaktadır.

Trakya Turizm Rotaları bölgenin turizm potansiyelinin ölçülmesi için de önem taşımaktadır. Bölgeye gelen, ziyaret eden ve konaklayan turist sayısı ile ilgili sağlıklı bilgilere ulaşım engelleri bulunmaktadır. Bununla birlikte Trakya'nın coğrafi avantajını da göz önüne alarak İstanbul'un yanı sıra, Yunanistan ve Bulgaristan'da da tanıtım çalışmaları planlanmaktadır. Özellikle İstanbul'da Türkiye'nin her bölgesine Kültür Turları düzenleyen seyahat acentalarının programlarına Trakya Rotası'nı da eklemeleri gerektiğinin altı çizilerek Trakya turlarının ilgi görmesi sağlanabilecektir. Böylece bölgeye yönelik turizm faaliyetleri ülkenin önde gelen seyahat acentaları da dahil olmak üzere onların tur programlarına dahil edilecektir. Bu projenin başarılı bir biçimde yönetilmesi durumunda, önümüzdeki 3 yıl içerisinde Trakya'yı ziyaret eden turist sayısında %50'ye varan artış sağlanması beklenmektedir. Her geçen gün turizm altyapısını güçlendiren ve turizm organizasyon sayısını ve kalitesini arttıran Trakya, inanıyoruz ki ülkemizin en önemli turizm destinasyonlarından biri olacaktır.

PROJEDEN ELDE EDİLEN SONUÇLAR

Bölgede kurumlar arasında turizm alanında işbirliği ve dayanışma kültürünün geliştirilmesi sağlanmıştır. Bölgenin doğal yapısı, tarihi, yemek ve inanç kültürü ile ilgili turistik çekicilikleri olan mekanlar belirlenerek her bir öğeye yönelik görsel materyaller toplanıp renkli, farklı boyutlarda ve elde kullanmaya uygun olarak düzenlenen haritalarda yerlerini alacaktır. Proje sonunda Trakya'nın Doğa ve Ekoturizm Rotaları ve Trakya'nın Yürüyüş Rotaları haritası oluşturulacaktır. Yelken sporları, su altı sporları, sportif olta balıkçılığı, rafting, mağara turizmi, dağcılık, avcılık, yamaç paraşütü vb. doğa sporlarına uygun yerlerin tespit edilerek stratejik pazarlama çalışmaları başlatılacaktır. Bölgenin gastronomik ve yerel kültürüne ait değerlerin tespiti yapılarak bu değerlerin pazarlanması ile ilgili öneriler geliştirilecek ve Trakya'nın Gastronomi Rotaları haritasına konumları yerleştirilecektir. Bölgede Balkan ülkeleri arasındaki karşılıklı göçler neticesi sonucu hala varlığını sürdüren inanç turizmi öğelerinin konumları belirlenecek Trakya'nın İnanç Turizm Rotaları haritasına işlenmesi gerçekleştirilecektir. TR21 Trakya Bölgesi'nin doğa, tarih, gastronomi ve inanç turizmi envanteri çıkarılarak birer turizm destinasyonu haline getirilecektir.

KAYNAK

Proje internet sayfası için bkz. <http://trakyatuzurizmrotasi.com/tr/> (Erişim Tarihi: 28.11.2016).



ETKİNLİK NOTLARI

Editör: **Osman GÜLDEMİR**
E-posta: osmanguldemir@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, Bahar: 203 - 206 2017.
Copyright © 2017 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2017)

13. Araştırma Yöntemleri Semineri

Leyla ŞİŞİK

Istanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Meslek Yüksekokulu

GİRİŞ

2002 yılında düzenlenmeye başlayan ve bu yıl 13.sü gerçekleşen *Araştırma Yöntemleri Semineri*, bu alanda dünyada ve Türkiye’de, en kapsamlı ve en uzun süreli bilimsel etkinlik olma özelliğini taşımaktadır. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research Dergisi* ile *Detay Yayıncılık* tarafından düzenlenen bu seminerler, katılanların, araştırma yöntemleri ve istatistiksel analiz konularındaki bilgilerini, uygulamaya yönelik deneyimlerini artırmak amacıyla düzenlenmektedir. Seminerler, öncelikle turizm işletmeciliği alanında akademik çalışmalar yapanlara yönelik olarak düzenlenmeye başlanmış, zaman içerisinde sosyal bilimlerin; pazarlama, işletme yönetimi, iletişim, kamu yönetimi, sosyoloji, muhasebe-finance, eğitim bilimleri, üretim yönetimi gibi alanları ile sağlık ve fen bilimleri alanlarında çalışan lisansüstü öğrenci ve akademisyenlerin katılımı ile geniş bir kitlenin ilgisini çeken bir etkinlik haline dönüşmüştür. Seminerlere bugüne kadar katılım sağlayan akademisyen ve lisansüstü öğrenci sayısı 1950’dir.

Araştırmacıları, alanlarındaki çok değerli hocalarla buluşturan etkinlik, bu yıl, Antalya, Lara’da bulunan Sherwood Breezers Resort Hotel’de, 1-5 Şubat 2017 tarihleri arasında gerçekleşmiştir.

Etkinlikte bu yıl 12 farklı konuda seminer yer almıştır. Konular ve dersleri yürüten öğretim üyeleri şu şekildedir; “*Sosyal Bilimlerin Felsefesi ve Etik*” (Prof. Dr. Muammer Tuna), “*Nitel Araştırma Yöntemleri ve Nitivo*” (Prof. Dr. Belkıs Kümbetoğlu), “*Veri Madenciliği*” (Doç. Dr. Güzin Özdağoğlu), “*Ölçek Geliştirme*” (Prof. Dr. Özkan Tütüncü), “*Excel ile Veri Analizi*” (Doç. Dr. Aşkın Özdağoğlu), “*Temel SPSS*” (Doç. Dr. Fatma Lorcu), “*İleri SPSS*” (Prof. Dr. İsmet Doğan), “*Etnografiden Net-*

rografiye Nitel Araştırma” (Prof. Dr. Asker Kartarı), “*LISREL ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*” (Prof. Dr. Sabri Erdem), “*Meta Analizi ve Stata Programı*” (Doç. Dr. Pınar Özdemir), “*Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*” (Doç. Dr. C. H. Meydan) ve “*Academic Writing*” (Prof. Dr. Metin Kozak).

Seminer programı, katılımcıların ve eğitmenlerin bir araya geldiği tanışma kokteyli ile 1 Şubat Çarşamba günü başlamıştır. 2-3-4 Şubat tarihleri için toplam 15 saat ders düzenlenmiştir. Katılımcılar ders saatleri dışında eğitmenleri ile etüt yaparak seminer programını daha da verimli geçirmişlerdir. Eş zamanlı olarak düzenlenen bu seminerler sonunda, katılım sertifikaları ve ders notlarının bulunduğu kitapçıklar eğitmenler tarafından dağıtılmıştır. Ayrıca, Anadolu Üniversitesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Nazmi Kozak tarafından hazırlanan, Detay Yayıncılık tarafından basılan “*Türkiye Akademik Dergiler Rehberi-2014*” başlıklı kitap katılımcılara hediye edilmiştir. Detay Yayınevi ise seminerler süresince açık kalan standı ile akademik ve mesleki yayınlara kolay ulaşım şansı sunmuştur.

Son olarak, 4 Şubat 2017 günü düzenlenen gala gecesinde, Prof. Dr. Metin Kozak’ın kapanış konuşmasının ardından, eğitimleri yürüten değerli hocalara teşekkür belgeleri sunulmuştur. Böylelikle akademisyen ve lisansüstü öğrencilerin bilgi ve deneyimlerini artırdıkları, aynı zamanda karşılıklı bilgi alışverişinde bulunup, çalışmalarını paylaşabildikleri akademik ve sosyal bir ortama da olanak sağlayan başarılı bir seminer daha sona ermiştir.

Leyla ŞİŞİK, Öğr. Gör., T.C. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Maltepe Mahallesi, Yılanlı Ayazma Caddesi, No: 26, 34010 Cevizlibağ, Zeytinburnu, İstanbul

E-posta: leyla.sisik@yeniuyuzil.edu.tr

II. Uluslararası Gastronomi Kongresi İzmir'in Ardından...

Burak MİL

İstanbul Arel Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

GİRİŞ

II. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi, 8-10 Aralık 2016 tarihleri arasında Fuar İzmir'de ve "Travel Turkey İzmir Fuar ve Kongresi" kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bir önceki sene olduğu gibi kongrenin organizasyonunu İzmir Büyükşehir Belediyesi Fuarcılık Hizmetleri A.Ş. (İZFAŞ), Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), İzmir Ekonomi Üniversitesi, İzmir Ticaret Odası ve İzmir Büyükşehir Belediyesi ortaklaşa gerçekleştirmişlerdir.

Bilindiği üzere İzmir, Dünya Gurme Şehirler Ağı'nın (DELICE) 22 üyesinden birisi ve Türkiye'den bu ağa dâhil olan tek şehirdir. Bu anlamda, kongrenin neden İzmir'de toplanıyor olduğu sorusu cevap bulmaktadır. İzmir ve çevresinin yeme-içme kültürü ile buna eşlik eden eğlence tandansı düşünüldüğünde, daralan turizm pazarını, özellikle gastronomi turizminin getirebileceği avantajlarla dengelemek ve desteklemek önemli bir seçenek halini almaktadır. Bu nedenle "dünyanın önde gelen gastronomi ve turizm uzmanları ile eğitimcileri bir araya getirmek, Ege kültürünün gastronomi ile ilişkisini ve bu ilişkinin bölge turizminin kalkınmasına etkisini tartışmak" kongrenin amacı olarak belirlenmiştir. Turizm, mutfak sanatları veya gastronomi turizmi ile ilgili bölüm ve bu alanlarda çalışmaları olan akademisyenler ve öğrenci grupları; gastronomi turizmi ile ilgilenen seyahat acentaları, kuruluşlar ve kurumlar, restoran veya restoran zincirleri sahipleri, şefleri ve çalışanları; gastronomi turizmi alanında yayın yapan dergi ve blogların yazarları, editörleri, televizyon yayıncıları ile mutfak malzeme ve endüstriyel donanım firmaları, kongrenin ana katılımcıları arasında yer almaktadır.

Kongrenin duyurusu için birden fazla yöntem kullanılmıştır. Önce kongre internet sitesinden duyuru yapılmış olup (www.izmiringastro-turizmcongress.com), bunu takiben elektronik pos-

ta ile bilgilendirme, sosyal medya üzerinden duyurma ve afişlerle tanıtım yapılmıştır. Kongreye davet görevini ise İZFAŞ üstlenmiştir. Katılım bedeli önceki yıla göre düşük tutulmuştur. Geçen sene 150 Euro olan ücret, bu yıl üç günlük 300 TL olarak belirlenmiş olup, günlük katılımlarda akademik personel için 150 TL, öğrenciler içinse 50 TL olarak uygulanmıştır. Katılım bedeline kongre çantası, bildiri özetleri kitabı, kongre materyalleri ve gala yemeği dahil edilmiştir. Bildiri tam metninin yer aldığı "Bildiri Kitabı" baskıda olduğu için dağıtılamamıştır. Baskıdan sonra katılımcılara posta yoluyla iletilecektir. Kongre katılımcıları girişin hemen yanında bulunan bölümde önceden hazırlanmış çanta ve kongre materyallerini alarak etkinliğe dahil olmuşlar, yerleşim sırasıyla aktarılabilecek oturur, panel oturumu salonu, sponsor ve destekleyen firma standları, ikram bölümleri ve kongre oturum salonunda yapılan toplantılara katılım hakkı kazanmışlardır. Eş zamanlı olarak gerçekleştirilen panel ve kongre oturumları üç gün içinde akademiden, sektörden, ilgi ve uzmanlık alanlarına göre merak duyan takipçilerden oluşan 790 kişiye ev sahipliği yapmıştır.

Aynı tarihlerde Fuar İzmir alanında gerçekleştirilen "10. Travel Turkey İzmir" Fuarının A salonunda tüm bölgelerimizden çok sayıda il, belediye ve beldeler yer almıştır. Bu alanda bulunan yerlere ait turizm zenginliklerini öğrenmek üzere alana gelen yerli ve yabancı turizm yatırımcıları, acentalar ve iştirakçiler ile B ve C salonlarında bulunan tur operatörleri, seyahat acentaları, havayolu, araç kiralama ve gemi turizmi firmalarıyla oteller, turizm ulaşım, otel ekipman ve turizm medya kuruluşlarını ziyaret edenler içinde fuar alanındaki yönlendirmeler nedeniyle D holündeki kongreye katılan sürpriz katılımcılar da olmuştur.

Kongreye şehir dışından katılımcılar için İzmir'de bulunan 20 otelle anlaşmalar yapılmış

ve oda-kahvaltı konseptinde konaklama alternatifleri ve ücretleri, kongrenin internet sitesinden duyurulmuştur. Havalimanından otellere katılımcıların transfer talepleri de internet üzerinden alınmıştır. Travel Turkey fuarı ziyaretçileriyle birlikte kongre katılımcıları, İzmir şehir içindeki farklı noktalardan etkinlik alanına ve havalimanına gün içinde çok sayıda karşılıklı seferlerle taşınmışlardır.

Kongrenin hayata geçirilmesi için herhangi bir kurumdan etkinlik gerçekleştirme desteği alınmamış, bunun yerine sponsorluklar ve katılım bedelleriyle finansman sağlanmıştır. Kongreye ilişkin sponsorluk anlaşmalarının imzalandığı firmalar arasında, kahve arası sponsorları olarak, "İzmir Gourmet Guide Bir Adım Öne Çıkanlar Topluluğu", "Coffemania", "La Lorraine", "Alsancak Dostlar Fırını", "Mövenpick Hotel İzmir", "Ege Gastronomi Turizmi Derneği" ile yemek aralarında "İzmir Aşçılar Derneği" ve "İzmir Ekonomi Üniversitesi" aynı katkıda bulunmuşlardır. Etkinliğin destinasyon sponsorları arasında "Gaziantep Büyükşehir Belediyesi" ve "UNESCO" nun isimleri yer alırken, kongrenin çanta sponsorluğunu "Urla Belediyesi" üstlenmiştir. Etkinlik bünyesinde oturma aralarında hizmet veren tadım istasyonları ve büfelerde "İzmir İli Deniz Ürünleri Avcıları ve Üreticileri Birliği" ve "Gürsüt" destek olmuşlardır.

Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi açılış konuşmalarını İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (CVB), İzmir Ekonomi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. F. N. Can Şınga-Muşan, TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy, İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu ile T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı yapmıştır. Üç gün süren kongrenin ilk günü kayıt ve açılış konuşmalarıyla geçmiş takip eden iki günde ise oturma ve paneller düzenlenmiştir. Birden fazla temanın belirlendiği kongrede temalardan biri, gastronomi ve turizm ilişkisi, özellikle de yerel mutfak-turizm ilişkisi ve gastronomi turizminde rehberlerin, şeflerin ve yerel restoranların etkisi üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunun yanında gastronomi ile ilişkili turizm strateji ve politikalar, gastronomi turizmi pazarlaması, gastronomik miras, gastronomik destinasyonlar ve bölgeler, gastronomi, yemek

ve turizmde trendler ile gastronomi ve turizm açısından sosyal medya, dernek ve enstitülerin rolü gibi konular kongrenin temaları içinde yer almaktadır. Belirlenen ana konular kapsamında düzenlenen panellerde 26 konuşmacı söz alırken, panellerle eş zamanlı olarak gerçekleştirilen toplam sekiz oturumda 25 adet bildiri sözlü olarak sunulmuştur. Kongre dili İngilizce olmakla birlikte, kongre ve panel oturumlarında İngilizce ve Türkçe olarak simültane tercümanlık hizmeti de sunulmuştur.

Kongrede Turizm fakültelerinin Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinin, Meslek Yüksekokullarının Aşçılık programlarının yanı sıra İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden temsilciler, TÜRSAB temsilcileri, İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu yetkilileri ile Kültür ve Turizm Bakanlığının temsilcileri gibi birbirine yakın alanlardan katılımcılar bulunmuştur. Ayrıca mutfak profesyonelleri, öğrenciler, araştırmacılar ve restoran işletmecileri gibi daha geniş yelpazeden konukların eş zamanlı ilgisini çekmek adına yapılan paralel oturumlara ilgi oldukça fazlaydı. Kongrenin gerçekleştirildiği Fuar İzmir'in D holünün girişinde hazırlanan büyük salonda açılış ve kapanış seremonileriyle birlikte paneller takipçilerle buluşmuştur.

II. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi'ne gerek ulusal gerekse uluslararası planda ün sahibi konuşmacılar katılmıştır. Dünya Gurme Şehirler Ağı Meksika Temsilcisi Pedro Berruecos, program yapımcısı ve şef Maksut Aşkar, gurme-yazar Mehmet Yaşın, Mutfak Dostları Derneği, Chainedes Rotisseurs, Slowfood YK Başkanı Nedim Atilla, Yaratıcı Şehirler Ağı Avrupa ve Uluslararası Projeler Koordinatörü Dag Hartman, ünlü gastronomi araştırmacısı Prof. Dr. Artun Ünsal, yemek kültürü yazarı Ahmet Örs, araştırmacı-yazar Nejat Yentürk bunlardan bazılarıdır. Kongrede ayrıca çok sayıda davetli konuşmacı da uzmanlıkları hakkında sunumlar yapmıştır. Ünlü Fransız iletişimci Emmanuelle Dechelette, program yapımcısı Sahrap Soysal, Dr. Marta Drozdowska, Süleyman Dilsiz, Yrd. Doç. Dr. Pierre Raffard, Dr. Pearl Lin, Şef Senem Öner ve Gonca Tokuz kongre oturumlarında davetli konuşmacı sıfatıyla bilgi aktarımında bulunmuşlardır.

Panellerde işlenen konular dikkat çekici ve öğretici niteliktedir. Dünya Gurme Şehirler Ağı Meksika Temsilcisi Pedro Berruecos'un yaptığı "Gastronomi Turizmi ile Şehir Markalaşması Örneği, Puebla-Meksika" temalı konuşması, Dr. Pearl Lin'in "Hong Kong'da Gastronomi ve Turizm" adlı sunumu, Yrd. Doç. Dr. Pierre Raffard'ın "Yemek ve Gastronomi'yi Post Küme Turizm Bağlamında Yeni Argüman Olarak Düşünmek. Fransa-Türkiye, Kesişen Noktalar" başlıklı çalışmasını takdimi, Prof. Dr. İbrahim Birkan ve Dr. Bendegül Okumuş'un "Kral Midasın Son Yemeğinin İncelemesi" ve Dr. Marta Drozdowska'nın "Polonya'da Mutfak Turizmi" konulu paylaşımı özgün ve ilgi toplayıcı çalışmalara örnek niteliğindedir. Kongrenin kapanış ve değerlendirme konuşmasını İzmir Ekonomi Üniversitesi öğretim üyelerinden Yrd. Doç. Dr. Pierre Raffard yapmıştır. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi gala yemeği Hilton Garden Inn Bayraklı bünyesinde bulunan 360 İzmir'de verilmiştir. Gala yemeğinde ünlü şef Mike Norman'ın hazırladığı menü sunulmuştur. Takip eden yıl kongre yeri ve tarihlerine ilişkin bir bilgilendirme yapılmazken, kongrenin yine "Travel Turkey" fuarıyla aynı tarihlerde ve bu yılki organizatörler tarafından düzenleneceği resmi olmayan bilgiler arasındadır.

Dünyadaki diğer ülkelerde olduğu gibi gastronomi kongreleri son yıllarda Türkiye'de de düzenlenmektedir. 2016'da Balıkesir'de düzenlenen II.

Ulusal Gastronomi Turizmi Kongresi ve İzmir'de gerçekleştirilen II. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi'yle birlikte ulusal ve uluslararası birçok kongre, toplantı, seminer ve sempozyumda "gastronomik" temalar gitgide ön plana çıkmaya başlamış ve yeni bir çalışma-araştırma alanı olarak hem akademisyenlerin hem de araştırmacıların ilgi odağı haline gelmiştir. Türk turizminin içine bulunulan dönemde karşılaştığı zorluklar ve dezavantajlı durum göz önüne alındığında, etkinliklerin ciddiyet ve bilimsel içtenlikle hayata geçirilmesi önemlidir. Bu anlamda değerlendirildiğinde, II. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi'nin kayda değer bir açığı kapatma gayretiyle, davet ettiği uluslararası nitelikli konuklarla, alana küresel bir katkı yapma amacı güttüğü söylenebilir. Türkiye özelinde ele alındığında ise her ne kadar tarihsel olarak derin ve bir o kadar ayrıntılı mutfak kültürüne sahip olunmakla övünülmesine rağmen, akademik olarak henüz yeni bir alan ve kavramlarla karşı karşıyayız. Rekabet edilmesi düşünülen ülke, bölge ve kültürlerle yakın donanımına sahip olunması için bu konularda yapılan çalışmalarda özgün olmak adına disiplinden uzak yaklaşımların daha dikkatli değerlendirilmesi gerekmektedir.

Burak MİL, Yrd. Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, Tepekent Kampüsü, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, 34537, Büyükkçekmece, İSTANBUL.

E-posta: burakmil@arel.edu.tr

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, altışar aylık dönemlerde (Bahar ve Güz) yayınlanır ve merkezi, Ankara'dır. Dergide turizm ve ilgili/ilışkili dallarını ilgilendiren konularda hazırlanmış makaleler yayımlanır. Derginin yayıncısı, editörü ve editörler kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp, dergide yer alan makale ve yazarın sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Dergiyeye, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi şeklinde atıf yapılmalıdır.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın politikası; uygulamalı ve derleme türü (meta-analiz çalışmaları model önerileri olgu sunuları ve tartışmalar vb.) çalışmaları yayımlamak ve turizm literatürünün geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Dergiyeye gönderilen bütün makaleler editörler kurulu denetimine alınır kabul görmesi durumunda yayımlanır. Makale değerlendirme sürecini daha verimli kullanabilmek ve derginin bilimsel olma kalitesini daha da yükseltmek için yazarların aşağıda belirtilen yazım kurallarına uymaları önerilir.

MAKALE İNCELEMESİ: Dergiyeye yayımlanması amacıyla önerilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirilmeye tabi tutulur hakemlerin önerilerine dikkate alınır ve istenilen düzeltilmeler yerine getirilmesi koşuluyla yayımlanır. İstenilen şablona ve önerilere bağlı kalınarak hazırlanan ve gönderilen makaleler işleme konulur.

MAKALE TESLİMİ: Makalelerin e-posta ortamında gönderilmesi tercih edilmelidir. Belirtilecek bilgiler arasında yazarın adı-soyadı ve akademik derecesi telefon ve faks numaraları ile e-posta adresini içeren bilgilerin yer almasına dikkat edilmelidir. Gönderilecek olan makaleler daha önce herhangi bir basılı veya sanal bir ortamda yayımlanmamış olmalıdır.

Bildirilerin makale olarak sunulması: Bununla birlikte daha önce herhangi bir kongrede bildiri olarak sunulmuş bir çalışmanın makale halinde önerilmesi aşamasında şu konulara dikkat edilmelidir: a) Öncelikle daha önce bildiri olarak sunulan metin ile makale halinde sunulan metnin aynı olmaması gerekmektedir. b) Bildiri olarak sunulan çalışmadan olan farklı olan yönler ayrıca belirtilmelidir. c) Bildiri olarak sunulan çalışmanın yayımlanmış (veya sunulmuş) örneği makalenin dergiyeye önerilmesi aşamasında gönderilmelidir.

MAKALELERİN GÖNDERİLECEĞİ ADRES:

Yrd. Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir.

Tel: (0222) 335 05 80/2124

Faks: (0222) 335 66 51

E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

Online ortamda makale önerme: Dergiyeye şu adresi kullanarak online ortamda da makale önerisinde bulunabilirsiniz:

Not: Makale gönderilirken aşağıdaki adres ziyaret edilerek elde edilecek Telif Hakkı Devir Belgesi onaylanarak gönderilmelidir.

<http://www.anatoliajournal.com/copyright.pdf>

MAKALE BAŞLIĞI: Okuyucunun makale ile ilk olarak amacını açıkça ifade edebilen bir başlık aracılığıyla ilişki kurduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Bu nedenle başlığın makalenin amacını ve sınırlarını tam olarak anlatabilen bir içerikte olmasına dikkat edilmelidir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmamasına dikkat edilerek makalede anlatılan çalışmayı içermesi sağlanmalıdır. Başlığın; sekiz sözcüğü ya da boşluklar dahil 50 karakteri geçmemesine özen gösterilmelidir.

ÖZ: Her makalede Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış öz bulunmalıdır. Bilindiği gibi öz makalede önemsiz ayrıntıların atlanarak ana noktaların belli bir anlam içerecek şekilde kısaca ifade edilmesidir. Öz, en az 140, en fazla 150 sözcüğü geçmeyecek şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak özün hazırlanmasında; çalışmanın konusu amacı hazırlama yöntemi veri derleme aracı/araçları ve teknikleri örnekleme analiz biçimi ve sonuçlara ilişkin açıklamalar yer almalıdır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Bilindiği üzere, yayımlanan makalelere yer veren indeks ve öz (abstract) veri tabanlarından anahtar sözcükler makalelere ulaşımı kolaylaştırır. Veri tabanları üzerinde yapılacak taramalardan rasyonel sonuçların alınabilmesi için anahtar sözcüklerin doğru verilmiş olması önemlidir. Anahtar sözcük sayısı altı ile sınırlandırılmalıdır. Sıralanma şekli inceleme konusu olan konunun yer aldığı disiplinden başlayıp daha ayrıntılı olan konulara doğru olmalıdır. Çalışmanın uygulandığı coğrafî alan/bölge en sonda yer almalıdır.

GİRİŞ: Giriş bölümünün amacı çalışmanın genel bir tespitini ve analizini yapmaktır. Çalışmanın amacı aşamaları bölümleri işlenen düşünceler net ve bütünlüklü olarak kısaca özetlenerek okuyucuya aktarılmalıdır. Konunun ne olduğu araştırmanın niçin yapıldığı hangi bölümlerde nelerin söz konusu edildiği gibi soruların yanıtları yer almalıdır. Bu sorular arasında var olan bir sorunu ortaya koymak bir soruna çözüm getirmek herhangi bir konuyla ilgili literatüre katkıda bulunmak gibi amaçlar bulunabilir. Bu bölümde konu ile ilgili literatür taramasına ve araştırma yöntemine yer verilmemelidir. Giriş kısmının 500 sözcüğü geçmemesine özen gösterilmelidir.

KURAM: Bu bölüme "konu" da denilmektedir. Bu bölümde çalışmanın dayandığı kuramsal çerçeveye yer verilir. Böylelikle hazırlanan makalenin hangi alan üzerine hazırlandığı açıklanır. Bu bölümle ilgili anlatımlar söz konusu çalışmaya açılım sağlayan kuramsal çerçeve ile sınırlı tutulmalıdır. Kuram bölümü araştırmanın dayandığı alan ve konu ile bağlantılı olmak üzere en fazla 800 sözcük olmalıdır. Yazar/yazarlar isterse giriş ile kuram ve ilgili çalışmalar bölümlerini "Giriş" bölümü kapsamında tek bir başlık altında da hazırlayabilir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR: Bu bölümde makale konusuna giren alanda daha önce gerçekleştirilmiş benzer araştırmalara yer verilir. İlgili çalışmalar bölümüne çeşitli yazarlar literatür (alanyazın) taraması örneğinde olduğu gibi farklı isimler verebilmektedir. Söz konusu araştırmalarda hangi konuların hangi yöntemle incelendiği hangi sonuçlara ulaşıldığı vb. konulara kısaca burada değinilir. Ayrıca makalenin ilgili alana getirdiği katkının belirlenmesi açısından da ilgili çalışmalara yer verilmesi önemlidir. Makale yazarı ilgili alanda var olan hangi boşlukta bilime katkıda bulunduğunu ortaya koyabilmesi için ilgili çalışmalar bölümünün eksiksiz bir şekilde hazırlanması gerekmektedir.

YÖNTEM: Bu bölümde, şimdiki kadar yapılan açıklamaların ışığında var olan veya olduğuna inanılan sorunun ve çözümünün ortaya konulabilmesi için yürütülen araştırmaya ait bilgiler açıklanır. Çalışmada kullanılacak yaklaşımlar ve yöntemin tam bir betimlemesi yapılır. Bu bilgilerin verilmesinin esas amacı kullanılan yöntemin izlenmesi ile bir başka araştırmacının ayısını tekrarlamasına olanak tanınmasıdır. Bu nedenle yöntem bilimsel bilginin temeli olan tekrar edilebilirlik koşulu için yeterli açıklıkta anlatılmalıdır. Bu bölümde ayrıca, anakütlenin özellikleri, bilgi toplama tekniği, niçin bu veri toplama tekniğinin tercih edildiği, tekniğin avantajlı ve dezavantajlı yönlerine ilişkin açıklamalar yer alır. Araştırmada veri derlemede kullanılan aracın geliştirilme aşamaları ve içeriği gibi konular olabildiğinde ayrıntılı bir şekilde açıklanır. Araştırma alan araştırması tekniklerinden biri ile gerçekleştirilmiş ise seçilen örnekleme tekniği ve bu tekniğin tercih edilme nedenleri açıklanır. Çalışma, "toplubakış makalesi (veya derleme)" yani literatür incelemesi içeriğinde hazırlanmış ise, yöntem bölümünde açıklanan konular dikkate alınmayabilir.

ANALİZ VE BULGULARIN YORUMLANMASI: Yöntem ile ilgili açıklamaların ardından araştırmanın esasını teşkil eden verilerin analizinin yapıldığı bölüme sıra gelir. Elbette ki analiz bölümü veri derlemeye dayalı olan çalışmalar için geçerlidir. Derleme (toplular bakış) türü makalelerde analiz bölümü genellikle bulunmaz. Buradaki açıklamalar genel olarak alan araştırması teknikleri ile derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz çeşitidinin seçimi, istatistiksel testler, güven aralığı, istatistiksel testlerin tercih edilme nedeni vb. noktalar bölümün giriş kısmında açıklanır. Bunlar yapıldıktan sonra sıra bulguların yorumlanması gelmiştir. Bulguların yorumlanması bölümünde ise verilerin analizi ile elde edilmiş bulguların sunumu yapılır. Bulgular araştırma soruları başka deyişle hipotezler ile değerlendirilerek organize edilir. Hipotezlerin ışığında veriler incelenir ve yorumlanır. Bulguların hipoteze uygunluğu değerlendirilir. Sunum biçimi; tablo, grafik veya şekillerden biri veya birkaçı ile gerçekleştirilebilir. İstatistiksel analiz sonuçlarının sunumu da bu bölümde yer alır. Bulguların yorumlanması bölümünde bulguların tekli ikili veya çoklu tablolar biçiminde istatistiksel testlerin sonuçları ile birlikte sununun tercih edilmesi yerinde olacaktır. Böylelikle hangi testin hangi veriler üzerine uygulandığına ilişkin bilgiler daha açık bir şekilde anlaşılır. Bulguların yorumlanması bölümünde örnekleme ilişkin genel bilgiler (demografik veriler) araştırmadan elde edilen bilgiler olmak üzere iki aşamada sunulmalıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular ise kendi arasında bir veya birkaç aşamalı olarak sunulabilir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus makalede gereğinden fazla kullanılan açıklamaları tablolar ile boğmamaktır. Mümkün olduğuca tablolar birleştirilmeli ya da araştırma amacı/sorunu ile doğrudan ilgili olmayan tablolar kullanılmamalıdır. Ayrıca genel bilgilerin tek bir tablo halinde sunulmasında yarar vardır. Tablo sayısı, kesinlikle 5-6'ya aşmamalıdır. Bu sayıyı aşan ve yer verilmesinin çalışmanın eksik açıklanacağının düşünöldüğu durumlarda, makaleyi dergiyeye önermeden önce, dergi editörü ile irtibat kurulmalıdır.

SONUÇ: Makaleden elde edilen sonuçların özetlendiği gerektiği durumlarda genellemelerin yapıldığı bölümdür. Bu bölüm ele alınan sorunun kısa bir tekrarı ile başlamalı ve bunu elde edilen sonuçların kısa bir özeti izlemelidir (uygulamalı çalışmalar için). İfadeler kısa ve öz olmalıdır. İlgili literatüre yapılan olası bilimsel katkı da burada kısaca özetlenmelidir. Sonuç bölümündeki açıklamaların 400 kelimeyi geçmemesine dikkat edilmelidir.

DEĞERLENDİRME: Sonuçtan sonra yer alan bu bölümde daha sonra bu alanla ilgili araştırmalarda bulunacak olanlara yol gösterici açıklamalar yapılır. Olası araştırmacılara bu alanda hangi konuların araştırılması gerektiği, araştırmalarda hangi konulara dikkat edilmesi gerektiği gibi açıklamalarda bulunulabilir. Değerlendirme bölümünün hazırlanması zorunlu olmayıp ancak yukarıdaki açıklamalar doğrusunda hazırlandığında diğer araştırmacılara yol gösterici olacağı da kuşkusuzdur.

TEŞEKKÜR: Bu bölümde; yazar/lar çalışmanın hazırlanması sürecinde yardım almış oldukları kişilere; çalışmaya parasal destek sağlayan kişi kurum ya da kuruluşlara; ya da verilerin kullanılmasına izin veren kişi kurum ya da kuruluşlara teşekkür edebilir. Bu not çalışma metninin bitiminde ama referanslardan önceki kısımda yer almalıdır.

DİĞER BİLGİLER: Ek olarak gönderilen bir makalenin sağlıklı bir hakem denetiminden geçmesi ve “makale değerlendirme” aşamasının kısa sürede sonuçlanması için makale dilinin Türkçe kuralları ile bilimsel anlatım standartlarına uygun ve yapılan görgül çalışmaların sonuçları güvenilir olmalıdır. Bu konuda gerekiyorsa uzman akademisyenlerden yardım alınmalıdır. Makalede toplam sözcük sayısının 5000’den fazla olmamasına özen gösterilmelidir (ana metin referanslar ve tablo-şekiller dahil). Yazılarda Türk Dil Derneği’nin yazım kılavuzu temel alınmalı yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. Konu ile ilgili uluslararası literatürde yer edinmiş teknik kavramların metin içinde yer aldığı ilk yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilmelidir.

REFERANS VERME: Sadece metin içerisinde belirtilen çalışmalara ‘kaynakça’ kısmında yer verilmelidir. Bu bölümde eksik (metinde belirtilmiş ancak ‘kaynakça’ kısmında yer almayan) ya da fazla (metin içerisinde belirtilmemiş ancak ‘kaynakça’ kısmında yer alan) kaynak isimlerine yer verilmemesine özen gösterilmelidir. Kaynaklar yazarların soyadına göre alfabetik sıra ile verilmelidir. Türkçe ile yabancı kaynaklar ya da makaleler ile kitaplar için ayrı bir sınıflandırma yapmadan tek bir liste oluşturulmalıdır.

Metin içerisinde: İlgili çalışmalara yapılacak atıflarda yazarların soyadları ve yayın tarihi kullanılır. Örneğin;

Dener (1996) ...

Dener’e (1996) göre....

Uysal ve Crompton (1985)....

Uysal ve Crompton’a (1985) göre....

Yazar sayısı üçten fazla olan eserlere metin içerisinde yapılacak atıflarda sadece ilk yazarın soyadı yazılarak sonrakiler (vd) şeklinde belirtilecektir. Örneğin;

Timur vd. (2000)

Timur ve arkadaşları (2000)

(Timur vd. 2000).

(Timur ve arkadaşları 2000).

Parantez içerisinde cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyor ise, kaynaklar yayın tarihi sırasına göre verilmelidir (en eskiden en yeniye doğru). Örneğin;

(Dener 1996; Uysal 1998; Morrison 2002) gibi.

KAYNAKÇA DÜZENİ: Atıf yapılan bütün kaynaklar cilt, sayı ve sayfa numarasının tümünü kapsmalıdır. Kaynakların listesine çalışmanın sonunda ve aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi yazarların soyadı sırasına göre yer verilmelidir. Kaynakça bölümünde yer alacak kaynak sayısı en az 20 en fazla 50 olmalıdır. Daha az veya daha fazla sayıda kaynak gösterenlerin çalışmaları değerlendirilmeye alınmayacaktır.

Sürelili Yayınlar / Dergiler:

Yücelt U. ve Marcella M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: An Empirical Investigation, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 32- 38.

Kitaplar:

Witt E. S. ve Witt C. A. (1992). *Modelling and Forecasting in Tourism*. Londra: Academic Press.

Kitap Bölümleri:

Uysal M. ve Hagan L. A. R. (1992). Motivations of Pleasure Travel and Tourism. İnce; M. Khan M. Olsen ve T. Var (Editörler) *VNRs Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (ss. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.

Tez Çalışmaları:

Timur A. (1978). Turizm Fiyat Enflasyon İlişkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi.

İnternetteki Makaleler:

Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association. (19 Kasım 1999). Washington DC: American Psychological Association <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinden alınmıştır (Ziyaret tarihi: 13.11.2016).

İnternette diğer tür doküman ve bilgilere atıfta bulunulması durumunda <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinde yer alan Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association başlığı altındaki açıklamalar dikkate alınmalıdır.

Kaynakça gösterme ile ilgili dikkat edilmesi gereken bazı konular: a) Yayınlar için kent ismi verilecek ise, ilgili kentin Türkçe yazılışına yer veriniz (London yerine Londra gibi). b) Basım sayıları için de Türkçe açıklamaya yer veriniz (First Edition yerine Birinci Baskı gibi). c) Kitaplar içerisinde yer alan bölüm yazıları için “in” yerine “içinde” yazınız. d) Lütfen kaynak gösterimindeki ayrıntılara dikkat ediniz.

TABLO ŞEKİL VE FOTOĞRAFLAR: Makale ile ilgili diğer bütün ekler özenle hazırlanmalı ve metin içerisinde yer almalıdır. Tablolar ana metine atıf yapılmadan anlaşılır bir şekilde olmalı tablo başlığının yanı sıra kolonlar için de başlık verilmelidir. Çok uzun ya da çok geniş tablolardan kaçınılmalıdır. Bir makale içerisinde en fazla beş tabloya yer verilmelidir. Çok gerekli olmayan hallerde demografik veri içerikli tablolara yer verilmemelidir. Bu sınırı aşan ve makaleyi tablolarla dolduran çalışmalar değerlendirmeye alınmayacaktır. Şekil ve grafikler sade olmalı ve başlık içermelidir.

BAZI ETİK KONULARI: Zaman zaman turizm alanında da bilim etiği ihlalleri ortaya çıkabilmektedir. Akademik alandaki bir kurumda görevli olsun veya olmasın, bilerek veya bilmeyerek yapılan bazı etik ihlalleri yıllar sonra bireylerin önüne gelebilmekte ve vahim sonuçları olabilmektedir. O nedenle, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’ne önerilecek makalelerin hazırlanması ve özenilmesinde; “intiha”, “dilimleme”, “uydurma (fabrikasyon)”, “çarpıtma”, “destek belirtme”, “yazarlıkla ilgili konular (yazar adı belirtme, yazarlık sıralaması, yazarlık hakkı, vs.)” ve diğer bilim etiğinde uyulması gereken hususlara uyulmasında gerekli özenin gösterilmesini bekliyoruz.

YAZARLARIN ÖZGEÇMİŞ VE FOTOĞRAFLARI: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nin Yıl 27, Sayı 1 sayısından itibaren yazarların özgeçmiş ile fotoğraflarına yer verilmeye başlanmıştır. Yazarların aşağıdaki özgeçmiş şablonuna göre hazırlayacakları özgeçmişleri ile yüksek çözünürlüklü olarak taranmış bir fotoğraflarını makaleyi önerirken göndermeleri gerekmektedir.

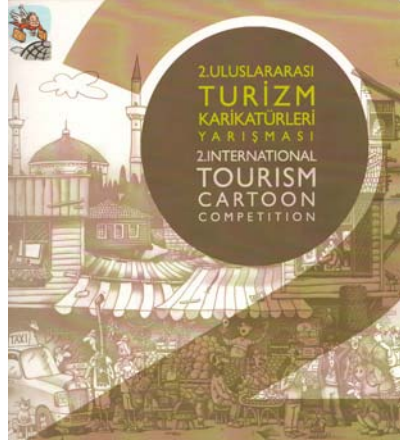
Özgeçmiş hazırlama şablonu:

..... Üniversitesi Fakültesi/Yüksekokulu’ndan (var ise bölüm de belirtilmeli) mezun oldu (YIL). Yüksek lisans derecesini Üniversitesi’nden dalından (YIL), doktora derecesini de Üniversitesi’nden dalından aldı (YIL). Üniversitesi’nde çalışmaya başladı (YIL) (Üniversite dışında başka kurum veya kuruluşlarda çalışılmış ise, burada sırasıyla belirtilmeli). (Var ise) Doçentlik unvanını alanında aldı (YIL). (Var ise) Profesörlüğe Üniversitesi’nde yükseltildi (YIL). Halen Üniversitesi Fakültesi/Yüksekokulu’nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanı/ları,’dır.

1. ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI



1. INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION



2. ULUSLARARASI
TURİZM
KARIKATÜRLERİ
YARIŞMASI
2. INTERNATIONAL
TOURISM
CARTOON
COMPETITION

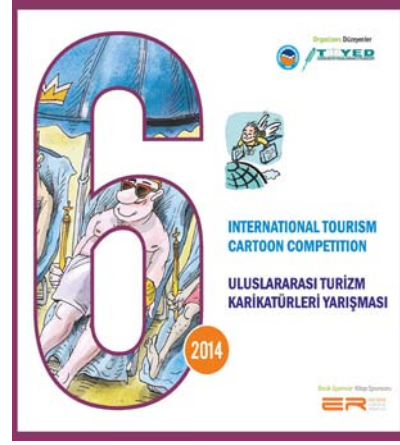


3. ULUSLARARASI
TURİZM
KARIKATÜRLERİ
YARIŞMASI
3RD INTERNATIONAL
TOURISM
CARTOON
COMPETITION



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2012



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2014



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2013



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2015



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI
ALBÜMU

2016

ISSN: 1303-2017

Anatolia

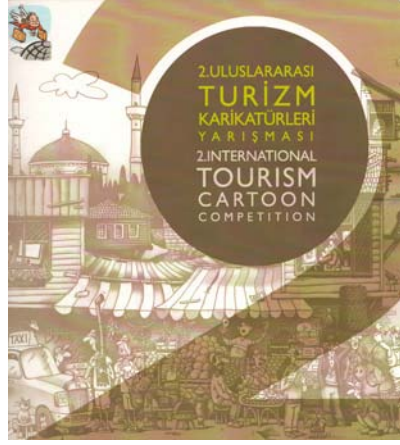
**AN INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM
AND HOSPITALITY RESEARCH**

 **Routledge**
Taylor & Francis Group

1. ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI



1. INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION



2. ULUSLARARASI
TURİZM
KARIKATÜRLERİ
YARIŞMASI
2. INTERNATIONAL
TOURISM
CARTOON
COMPETITION

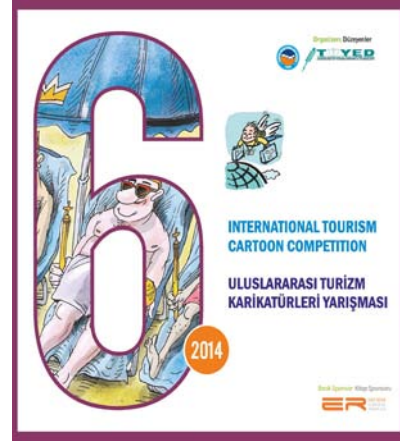


3. ULUSLARARASI
TURİZM
KARIKATÜRLERİ
YARIŞMASI
3RD INTERNATIONAL
TOURISM
CARTOON
COMPETITION



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2012



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2014



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2013



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI

2015



INTERNATIONAL TOURISM
CARTOON COMPETITION
ULUSLARARASI TURİZM
KARIKATÜRLERİ YARIŞMASI
ALBÜMÜ

2016

ISSN: 1303-2017

Anatolia

**AN INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM
AND HOSPITALITY RESEARCH**

 **Routledge**
Taylor & Francis Group