

# anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

**Bu Sayıda:**

*Duygusal Emeğin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisi: İzmir Şehir Otelleri Örneği*  
Tuğba PALA - Mustafa TEPECİ - Alp TIMUR

*Hayvan Odaklı Turizm Faaliyetlerine Meta Eleştirel Bakış: Türkiye Örneği*  
S. Emre DİLEK - Ebru GÜNLÜ-KÜÇÜKALTAN

*Bilgi İfşası (Whistleblowing) ve Etik İkilem Üzerine Çıkarımlar*  
Meryem AKOĞLAN KOZAK - Sibel ŞAHİN

*Konaklama İşletmelerinde Psikolojik Sözleşme İhlali ve Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları:  
Eşitlik Duyarlılığının Aracı Rolü*  
Bekir EŞİTTİ

*Türkiye'ye Yönelik Dış Turizm Potansiyelinin Panel Çekim Modeli İle Analizi*  
Buket BULUK - Erol DURAN

*19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Devleti'nde Otel ve Misafirhanelere Dair Düzenlemeler*  
Emrah ÇETİN

*Destinasyon Deneyimi Bileşenleri: Antalya ve İstanbul Destinasyonları Üzerinde  
Karşılaştırmalı Bir Araştırma*  
İlker ŞAHİN - F. Özlem GÜZEL

*Anklav Turizm ve Gelişmekte Olan Destinasyonlar Üzerindeki Etkileri /  
Enclave Tourism and Its Socio-Economic Impact in Emerging Destinations*  
Wineaster ANDERSON / Türkçeye Çevirenler: Reyhan BOSTANCI - Orkhan AULI



**Cilt: 29 • Sayı: 1 • Bahar 2018 • ISSN: 1300-4220**

## Yazarların Dikkatine...

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

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

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

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

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

Saygıyla duyurulur..

*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*  
Editörlüğü

## Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

### EDİTÖRLER

**Nazmi KOZAK** (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü)  
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

**Bülent AĞAOĞLU**, *Bibliyograf*  
**Faruk ANDAÇ**, *Çağ Üniversitesi*  
**Seyhmus BALOĞLU**, *University of Nevada, Las Vegas*  
**İbrahim BİRKAN**, *Atılım Üniversitesi*  
**Hasan Işın DENER**, *Emekli Öğretim Üyesi*  
**Mithat Zeki DİNÇER**, *İstanbul Üniversitesi*  
**Asker KARTARI**, *Kadir Has Üniversitesi*  
**Meryem AKOĞLAN KOZAK**, *Anadolu Üniversitesi*

**Meral KORZAY**, *Emekli Öğretim Üyesi*  
**Metin KOZAK**, *Dokuz Eylül Üniversitesi*  
**Mehmet ÖZDEMİR**, *Emekli Öğretim Üyesi*  
**Sevil F. SÖNMEZ**, *University of Central Florida*  
**Öcal USTA**, *Emekli Öğretim Üyesi*  
**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**  
**Çağdaş AYDIN**, *Anadolu Üniversitesi*  
E-posta: aydincagdass@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: aysely@anadolu.edu.tr

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



### YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 589 - 06444, Yenişehir, 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, Aralık 2017

**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

<b>Dilek ACAR</b> Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu	<b>Çetin BEKTAŞ</b> Erzincan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Mustafa AKAL</b> Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Kemal BİRDİR</b> Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Atila AKBABA</b> Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Deniz BOZ</b> Çukurova Üniversitesi Karatay Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
<b>Mehmet AKBİYİK</b> Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu	<b>Meltem ÇABER</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Nurhodja AKBULAEV</b> Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi	<b>Onur ÇAKIR</b> Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Gülşah AKKUŞ</b> Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Gürel ÇETİN</b> İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
<b>Emre Ozan AKSÖZ</b> Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Beykan ÇİZEL</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Eylin AKTAŞ</b> Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi	<b>Osman Eralp ÇOLAKOĞLU</b> Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Işıl ALTUN</b> Kocaeli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi	<b>Murat ÇUHADAR</b> Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ</b> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Osman Cenk DEMİROĞLU</b> Umeâ Üniversitesi Coğrafya ve İktisat Tarihi Bölümü
<b>Alper ASLAN</b> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Başak DENİZCI GUILLET</b> Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu
<b>Zeynep ASLAN</b> Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Evinç DOĞAN</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Zerrin AŞAN GREENACRE</b> Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi	<b>İsmet DOĞAN</b> Afyon Sağlık Bilimleri Üniversitesi Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı
<b>Levent ATALI</b> Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu	<b>Maria DOLORES ALVAREZ</b> Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
<b>Aydoğın AYDOĞDU</b> Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Teoman DUMAN</b> Uluslararası Burch Üniversitesi Yönetim Bölümü
<b>Gökhan AYAZLAR</b> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Rüya EHTİYAR</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Aslıhan AYKAÇ YANARDAĞ</b> Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Mehmet Han ERGÜVEN</b> Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Ahmet Serdar AYTAÇ</b> Harran Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi	<b>Savaş EVREN</b> Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Ömer AYTAÇ</b> Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi	<b>Ayhan GÖKDENİZ</b> Balıkesir Üniversitesi Avalık Meslek Yüksekokulu
<b>Oya AYTEMİZ SEYMEN</b> Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Ümmühan GÖKOVALI</b> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Ozan BAHAR</b> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Hatice GÜÇLÜ NERGİZ</b> Kocaeli Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
<b>Fusun BAYKAL</b> Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi	<b>Esra GÜL YILMAZ</b> Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi

Editör Kurulu Üyeleri (devam)

<b>Ebru GÜNEREN ÖZDEMİR</b> Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Mehmet SARIİŞİK</b> Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi İşletme Fakültesi
<b>Saniye Gül GÜNEŞ</b> Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Gökçeçiçek SAVAŞIR</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
<b>Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN</b> Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Mehmet SOMUNCU</b> Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi
<b>Kemal KANTARCI</b> Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Serhat Adem SOP</b> Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
<b>Erdinç KARADENİZ</b> Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Leyla ŞENTÜRK ÖZER</b> Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Kenan KARAGÜL</b> Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu	<b>Bahar TANER</b> Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN</b> Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Abdullah TANRISEVDİ</b> Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Osman M. KARATEPE</b> Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Canan TANRISEVER YİĞİT</b> Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Salih KATIRCIOĞLU</b> Doğu Akdeniz Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü	<b>Ebru TARCAN İÇİGEN</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Erdoğan KOÇ</b> Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Bahattin TAYLAN</b> Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
<b>Göknül Nur KOÇAK</b> Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Nezih TAYYAR</b> Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>O. Avşar KURGUN</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi	<b>Nevin TEKGÜL ŞANLIER</b> Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
<b>Salih KUŞLUVAN</b> İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Mustafa TEPECİ</b> Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
<b>Deniz KÜÇÜKUSTA</b> Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu	<b>Fatma Nur TUĞAL</b> Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi
<b>Haldun MÜDERRİSOĞLU</b> Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi	<b>Muammer TUNA</b> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
<b>Yıldırım Beyazıt ÖNAL</b> Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Zeynep TUNA ULTAV</b> Yaşar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
<b>Bahattin ÖZDEMİR</b> Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Oğuz TÜRKAY</b> Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
<b>Osman Nuri ÖZDOĞAN</b> Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	<b>Özkan TÜTÜNCÜ</b> Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu
<b>İşıl ÖZGEN</b> Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	<b>Mehmet İsmail YAĞCI</b> Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>Öznur ÖZKAN TEKTAŞ</b> Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	<b>Kemal YAKUT</b> Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
<b>Asım SALDAMLI</b> Nişantaşı Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	<b>Ebru ZENCİR</b> Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
<b>Özge SAMANCI</b> Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	

**İÇİNDEKİLER****HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**

- 7** Duygusal Emeğin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisi: İzmir Şehir Otelleri Örneği  
*Tuğba PALA - Mustafa TEPECİ - Alp TİMUR*
- 19** Hayvan Odaklı Turizm Faaliyetlerine Meta Eleştirel Bakış: Türkiye Örneği  
*S. Emre DİLEK - Ebru GÜNLÜ-KÜÇÜKALTAN*
- 31** Bilgi İfşası (Whistleblowing) ve Etik İkilem Üzerine Çıkarımlar  
*Meryem AKOĞLAN KOZAK - Sibel ŞAHİN*
- 39** Konaklama İşletmelerinde Psikolojik Sözleşme İhlali ve Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları: Eşitlik Duyarlılığının Aracı Rolü  
*Bekir EŞİTTİ*
- 51** Türkiye'ye Yönelik Dış Turizm Potansiyelinin Panel Çekim Modeli İle Analizi  
*Buket BULUK - Erol DURAN*
- 63** 19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Devleti'nde Otel ve Misafirhanelere Dair Düzenlemeler  
*Emrah ÇETİN*
- 77** Destinasyon Deneyimi Bileşenleri: Antalya ve İstanbul Destinasyonları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma  
*İlker ŞAHİN - F. Özlem GÜZEL*

**SEÇME ÇEVİRİ MAKALE**

*Gürel ÇETİN, Editör*

- 90** Anklav Turizm ve Gelişmekte Olan Destinasyonlar Üzerindeki Etkileri / *Enclave Tourism and Its Socio-Economic Impact in Emerging Destinations*  
*Wineaster ANDERSON / Türkçeye Çevirenler: Reyhan BOSTANCI - Orkhan ALİLİ*

**REKREASYON İNCELEMELERİ**

*Özkan TÛTÛNCÛ, Editör*

- 106** Rekreasyon Terapisi Kamplarının Sosyal Etkilerinin Değerlendirilmesi  
*İpek AYDIN - Özkan TÛTÛNCÛ*

**TÛRK TURİZM ARAŞTIRMACILARI**

*Metin KOZAK, Editör*

- 113** *Selahattin Çoruh: Turizmde Bir Adanmışlık Öyküsü*  
*Duygu YETGİN*

**İÇİNDEKİLER**

**TÜRK TURİZM ARAŞTIRMACILARI (Devam)**

*Metin KOZAK, Editör*

- 123** Tarihi Değerlerinin Korunmasına ve Turizmin Gelişmesine Adanmış Örnek Bir Yaşam: *Çelik Gülersoy*

*Nezih BAŞGELEN*

- 128** Türkiye’de Turist Rehberliğinin Öncüsü: *Cevat Şakir Kabaağaçlı (Halikarnas Balıkcısı)*

*Duygu YETGİN - Aysel YILMAZ - Nazmi KOZAK*

**TURİZM ARAŞTIRMA PROJELERİ**

*Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Editör*

- 139** İkinci Konut Sahipliğinde İtme ve Çekme Faktörleri: Edremit Örneği  
(Proje Yürütücüsü: Doç. Dr. Serkan BERTAN)

**ETKİNLİK NOTLARI**

*Çağdaş AYDIN, Editör*

- 141** Turizmde Türk-Yunan Sınır Ötesi İşbirliği

*Erdem AKTAŞ*

- 142** 9. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi’nin Ardından...

*Mehmet Tahir DURSUN - Serhat BİNGÖL*

- 144** 4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu

*Pınar IŞILDAR*

## Duygusal Emegin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisi: İzmir Şehir Otelleri Örneği<sup>1</sup>

*The Relationship Between Emotional Labor and Work-Family Conflict among Hotel Employees in İzmir City Hotels*

**Tuğba PALA\***, **Mustafa TEPECİ\*\***, **Alp TİMUR\*\*\***

\*Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çiftlikköy Kampüsü, 33343, Yenişehir, Mersin.

E-posta: tugbapala82@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8346-9901

\*\*Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muradiye Yerleşkesi, 45140, Manisa.

E-posta: mustafa.tepeci@cbu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9311-1532

\*\*\*Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Dokuzçesmeler Kampüsü, 35160, Buca, İzmir.

E-posta: alp.timur@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4386-1145

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 22 Temmuz 2016

Düzeltilme: 3 Ekim 2016

Düzeltilme: 27 Ekim 2016

Kabul: 27 Kasım 2016

**Anahtar sözcükler:** İş-aile çatışması, Duygusal emek, Yüzeysel davranış, Otel çalışanları.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 22 July 2016

Resubmitted: 3 October 2016

Resubmitted: 27 October 2016

Accepted: 27 November 2016

**Key words:** Work-family conflict, Emotional labor, Surface acting, Hotel employees.

### ÖZ

Bu çalışmada duygusal emek ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda İzmir ilinde bulunan on otelde; 3, 4, 5 yıldızlı ve butik otel çalışanlarından toplanan 302 anketin verileri analizlere tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda yüzeysel ve samimi davranış ile zaman temelli iş-aile çatışması; yüzeysel ve derin davranış ile davranış temelli iş-aile çatışması arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Samimi davranış sergileyen otel çalışanları daha fazla zaman temelli iş-aile çatışması; derin davranış sergileyen çalışanlar daha fazla davranış temelli iş-aile çatışması yaşarken yüzeysel davranış sergileyenler hem zaman hem de davranış temelli iş-aile çatışmasını daha fazla yaşamaktadır. Ayrıca regresyon analizinde yüzeysel davranışın zaman temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışmasının önceli olduğu ve bu iki değişkeni açıkladığı görülmektedir.

### ABSTRACT

The purpose of the study is to determine the relationship between emotional labor and work-family conflict. The data were collected from 302 hotel employees working in ten hotels, which are classified as boutique and three to five star hotels in İzmir. The analyses indicate that surface and genuine acting are positively related with time-based work-family conflict; surface and deep acting are positively related with behavioral-based work-family conflict. Employees displaying genuine acting experience time-based work-family conflict and employees displaying deep acting experience behavioral-based work-family conflict. Employees who display surface acting experience both time-based and behavioral-based work-family conflicts. The regression analysis indicates that surface acting explains both time-based and behavioral-based work-family conflicts.

## GİRİŞ

Turizm sektöründe müşteri memnuniyeti, önemli ölçüde çalışanın verdiği hizmetin kalitesi ile sağlanmaktadır. Kaliteli hizmetin müşteriye su-

nulması, çalışan ile müşteri arasındaki iletişimin niteliğine bağlıdır. Bu iletişimde çalışanlar duygularını düzenleyerek müşterilere güler yüz gösterme ve nazik olmakta ya da bazı olumsuz duygularını gizleyerek işletmelerinin istediği şekilde davranmaktadırlar. İletişimsel bir icra olan duygusal emegin müşteriye yansıtılma şekli, hizmet sunumunda büyük önem taşımaktadır (Chu ve Murmann 2006).

<sup>1</sup> Bu makale, Tuğba Pala Morkoç'un Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılan "Otel Çalışanlarında Duygusal Emek ve İş-Aile Çatışması İlişkisi: İzmir Şehir Otelleri Örneği" başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.



Kaliteli hizmetin müşteriye sunulmasının önemi bilinmesine rağmen, uzun çalışma saatleri, ağır iş yükü, rol stresi, sınırlı tatiller, düşük ücret, iş-gücü devri turizm sektörünün genel problemleri arasında yer almaktadır. Bu gibi problemlerden dolayı turizm sektöründe çalışanlar iş-aile çatışması ile yoğun olarak karşı karşıya gelmektedir (Zhao vd. 2014). İş-aile çatışması, iş stresini ve işte gerilimi (Zhao vd. 2014), duygusal tükenme ve işi bırakma niyetini artırmakta (Yavaş vd. 2008); aynı zamanda iş ve yaşam doyumunu azaltmaktadır (Magnini 2009). Ayrıca birçok araştırmacının ortaya çıkardığı üzere, işte yaşananlar, çalışanları işten sonra da etkilemeye devam etmektedir (Eby vd. 2010). İşteki sıkıntıları eve yansıtan ve iş dışı yaşamında da zorlukları yaşayan çalışanların iş ve yaşam memnuniyetleri ile verimlilikleri düşmekte bu süreç devamlı kendini tekrarlamaktadır.

Yönetim ve psikoloji alanında iş-aile çatışmasının bireysel, iş ortamı ve aile boyutunda belirleyicileri üzerinde yapılan çalışmalar (Örneğin, Byron 2005; Allen ve Finkelstein 2014; Selvarajan vd. 2016) olmasına rağmen turizm alanyazınında, iş-aile çatışmasının neden kaynaklandığını araştıran çalışmalara çok az rastlanmaktadır (Karatepe vd. 2010). Karatepe vd. (2010) Ankara’da üç yıldız ve yukarısı 54 otelde müşterilerle yüz yüze iletişimde bulunan 620 çalışandan toplanan verilerle yaptığı analizde, iş yükünün çalışanların iş-aile çatışması yaşamalarını arttırdığını bulmuştur.

Turizm endüstrisinin iş özellikleri, çalışanların iş ve aile yaşamları arasında çatışma yaşamalarına yol açabilmekte; bu da çalışanların işte gerilim ve stres yaşamasına neden olabilmektedir (Zhao vd. 2014).

Mevcut alanyazın, duygusal emek ve iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi incelerken bu ilişkide değişkenlerin birbirilerini etkileyip etkilemediklerini ve bu etkinin hangi yöne doğru olduğunu araştırmaktadır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar (Montgomery vd. 2005, 2006; Seery vd. 2008; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010), genellikle duygusal emegin iş-aile çatışmasını etkilediği yönündedir. Bu çalışmalarda duygusal emek, genelde yüzeysel davranış ve derin davranış

olarak operasyonel hale getirilmiş ve sadece yüzeysel davranışın iş-aile çatışması üzerinde etkisi bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlar “psikolog, işletme ve pazarlama çalışanları, doktor, hemşire, çocuk bakıcıları ve devlet memurları” örneklemelerinden toplanan verilerin analizlerinden elde edilmiştir. Çalışan duyguları ve duygusal emek, turizm işletmeleri çalışanlarının önemli bir parçası olmasına rağmen duygu-ilişkili faktörlerin iş-aile çatışması üzerinde etkileri hakkında fazla bir şey bilinmemektedir. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde duygusal emek ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

Müşterilerle yüz yüze ilişkilerin ve iş-aile çatışmasının yoğun yaşandığı otel işletmeleri çalışanlarıyla yapılacak araştırma sonuçları, duygusal emek ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi daha somut ve geniş bir perspektifte açıklığa kavuşturabilecektir. Burada elde edilen bilgiler ışığında işletmeler yönetim ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarında tercihlerde bulunarak çalışan ve müşteri memnuniyetini sağlayıp, rekabet gücünü arttırabileceklerdir.

## ALANYAZIN TARAMASI

### Duygusal Emek

Turizm işletmelerinde çalışanlar duygusal emeği yaygın olarak göstermektedirler. Çalışanlar aşırı yorucu ve yoğun iş ortamlarında sabırsız, aşırı talepkâr ve devamlı şikâyet eden müşterilerle çalışırlarken bile arkadaşça, nazik ve yardımsever tavır ve davranışlar takınma durumundadırlar. Duygusal emek kavramı ilk olarak Hochschild (1983) tarafından alanyazına kazandırılmış; Hochschild duygusal emeği, “hizmetin sahne, çalışanların aktör, müşterilerin de izleyici olarak görüldüğü bir sahne” olarak nitelendirerek “herkesin görebildiği, mimik ve jestleri örgütün istediği şekilde gösterebilmek için duyguların yönetilmesi; ücretle satılan bu nedenle de değiştirilebilen bir değer” olarak tanımlamıştır.

Ashforth ve Humphrey (1993), bir hizmet karşılığında boyunca örgüt tarafından istenilen duyguların yansıtılmasını duygusal emek olarak tanımlamışlardır. Hochschild’den farklı olarak gözlenebilen davranışlar üzerinde durmuşlar, davranışların altında yatan gözlenemeyen duy-

guların ne olduğu ile pek fazla ilgilenmemişlerdir. Bunun nedeni, hizmet kalitesinin çalışanın gözlenen davranışları ile değerlendirilebileceğini düşünmeleridir.

Hochschild (1983) duygusal emeği, yüzeysel (örgütün gösterilmesini istediği duyguları gerçekten hissetmeyip yalnızca mimik ve jestleri kullanarak sergilemek) ve derin davranış (örgütün gösterilmesini istediği duyguları içsel duygularını değiştirerek sergilemek) olarak iki boyutlu bir yapıda kavramsallaştırırken Ashforth ve Humphrey (1993) bu boyutlar üzerine samimi davranışı da (örgütün gösterilmesini istediği duygular ile çalışanın gerçek duygularının aynı olması) ekleyerek duygusal emeği; yüzeysel, derin ve samimi davranış olarak üç boyutta ele almaktadır.

Diefendorff vd. (2005), Ashforth ve Humphrey (1993) ile benzer şekilde samimi davranışın da içinde bulunduğu duygusal emeğin üç boyutlu bir kavram olduğunu ileri sürmüştür. Kruml ve Geddes (2000) duygusal emeği, duygusal uyumsuzluk ve duygusal çaba olarak iki boyutta değerlendirmiştir. Lee ve Ok (2012) ise Kruml ve Geddes'in (2000) duygusal çaba ve duygusal uyumsuzluk boyutlarının yüzeysel, derin ve samimi davranışı kapsadığını söyleyerek duygusal uyumsuzluğun yüzeysel davranıştan, duygusal çabanın ise derin ve samimi davranıştan oluştuğunu belirtmiştir. İş-aile yaşam çatışması ile duygusal emek arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalarda (Montgomery vd. 2005, 2006; Seery vd. 2008; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010) genelde yüzeysel ve derin davranış şeklinde boyutlarla duygusal emek kavramı araştırılmıştır.

Chu ve Murrmann (2006), Kruml ve Geddes'in (2000) duygusal emek ölçeğini kullanarak 19 maddeden ve iki boyuttan oluşan Konaklama İşletmeleri Duygusal Emek Ölçeği geliştirmişlerdir. Bu boyutlar, duygusal çaba ve duygusal uyumsuzluk olarak adlandırılmıştır. Duygusal çaba boyutu, derin davranış ile ilgili ölçek maddelerinden oluşurken duygusal uyumsuzluk boyutu samimi davranış ve yüzeysel davranış ile ilgili ölçek maddelerinin bir araya geldiği boyuttur. Daha sonra Chu ve Murrmann tarafından geliştirilen duygusal emek ölçeğini Pala ve Tepeci (2009; 2014) Türkçeye adapte etmiştir.

Duygusal emek ile ilgili çalışmalar yapan araştırmacılar, duygusal emeğin sonuçları ile ilgili farklı fikirleri ileri sürmektedir. Bazı araştırmacılar, duygusal emeğin olumsuz sonuçlar doğuracağını ileri sürerken bazıları ise olumlu sonuçlarının da olacağı kanısındadır. Hochschild'in (1983) çalışanın örgütün göstermesini istediği duyguları ifade etmek zorunda olmasından dolayı kendi duyguları üzerindeki kontrolü yitiriyor olması hissini, çalışanda olumsuz duygular yaratacağı görüşünü ileri sürmesinden bu yana birçok araştırmacı duygusal emeğin olumsuz sonuçları ile ilgilenmektedir. Duygusal emeğin olumsuz sonuçları ile ilgilenen araştırmacılar genellikle tükenmişlik ve iş tatminsizliği ile ilişki kurmaktadır (Hochschild 1983; Wharton ve Erickson 1993; Morris ve Feldman 1996; Grandey 2000; Chu vd. 2012). Olumsuz sonuçları ile ilgilenen araştırmacıların büyük bir kısmı da duygusal emeği, özsaygı, rol yabancılaşması, kendine yabancılaşma ve depresyon gibi çalışanın psikolojik refahı ile ilgili kavramlarla ilişkilendirmektedir (Ashforth ve Humphrey 1993; Wharton ve Erickson 1993). Buna karşın bazı araştırmalar duygusal emeğin finansal kazanç, güven duygusu, özsaygı, öz yeterlilik ve iş tatmini artışı gibi olumlu sonuçlar doğuracağını ileri sürmektedir (Ashforth ve Humphrey 1993; Wharton ve Erickson 1993; Pala ve Tepeci 2014). Lee ve Ok (2015) otel çalışanlarının duygusal emek gösterimlerinin onların hizmet oryantasyonlarının artmasına (müşteri yönelik olmalarına) katkı sağladığını belirlemiştir.

### **İş-Aile Çatışması**

Greenhaus ve Beutell (1985) iş-aile çatışmasını "iş ve aile rollerinin birbiriyle karşılıklı olarak uyuşmamasından kaynaklanan baskıdan dolayı bir role katılımın diğer role katılımı güçleştirdiği durum" olarak tanımlamıştır. İş-aile çatışmasının temel olarak üç çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; zaman, sıkıntı ve davranış temelli çatışmalardır. Zaman temelli iş-aile çatışması; zaman, bireyin istekleri doğrultusunda her iki yaşam alanına da dağıtılamadığında yaşanan çatışma türüdür. Sıkıntı temelli iş-aile çatışması; bir roldeki baskının (sıkıntının) diğer rolün icrasını etkilemesidir. Davranış temelli çatışma ise rol davranışındaki

belirli örneklerin diğer rolden beklenen davranışlarla uyumlu olmadığı durumda ortaya çıkmasıdır (Greenhaus ve Beutell 1985).

Ayrıca iş-aile çatışması iki yönlü olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar; iş-aile çatışması olarak bilinen iş alanının aile alanına müdahalesi ve aile-iş yaşam çatışması olarak bilinen aile alanının iş alanına müdahalesidir (Frone 2003). İş-aile yaşam çatışması ve aile-iş yaşam çatışması yönlerinin de farklı öncelleri ve sonuçları olduğu için, bu yönleri farklı kavramlar olarak ele alınabilir. İş-aile yaşam çatışması; iş taleplerinin aile sorumluluklarının yerine getirilmesini zorlaştırması iken aile-iş yaşam çatışması; aile taleplerinin iş ile ilgili görevlerin yapılmasını kısıtlamasıdır. İşin aile yaşam alanına müdahalesi ve ailenin iş yaşam alanına müdahalesi birbiri ile ilişkili ancak birbirinden farklı süreçlerdir (Voydanoff 2004).

İş-aile çatışması çeşitli yollarla ölçülmeye çalışılmıştır ancak bu çalışmalar genellikle iş-aile çatışmasının iki yönlü olduğunu göz ardı etmiştir (Carlson vd. 2000). Bu durumdan yola çıkarak Carlson vd. iki yönlü ve her iki yönde de iş-aile çatışmasının üç türünü dahil eden altı boyutlu bir ölçek geliştirmiştir. İş-aile çatışması ölçeğinde her boyutunda üç ölçek maddesi (zaman temelli, sıkıntı temelli, davranış temelli), bulunmak üzere dokuz maddelik bir ölçek kullanmıştır. Carlson vd. (2000) tarafından geliştirilen ölçek, alanyazında yaygın olarak kullanılmakta (Seery vd. 2008; Yanchus vd. 2010) ve yukarıda bahsedilen zaman, sıkıntı ve davranış boyutlarıyla iş-aile çatışmasını güvenilir ve geçerli şekilde ölçmektedir. Carlson vd.'nin geliştirdiği iş-aile çatışması ölçeği, Greenhaus ve Beutell (1985) tarafından kavramlaştırılan iş-aile çatışmasının üç boyutunu da ölçmektedir. Ölçeğin her bir boyutunun bireysel ve örgütsel çıktılarla farklı şekilde ilişki içerisinde olabildiği ve her bir boyutun farklı etkileri olmasından dolayı daha etkili önleme ve sorun çözme imkânı sağlayabileceği görülmektedir (Seery vd. 2008).

#### Duygusal Emek ve İş-Aile Çatışması İlişkisi

Son yıllarda, duygusal emeği iş-aile çatışmasının önceli (Montgomery vd. 2005, 2006; Seery vd.

2008; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010) olarak ele alan çalışmalar görülmektedir. Duygusal emek boyutlarının iş-aile çatışmasının önceli olarak ele alınmasının nedeni, duygusal emeğin hizmet sektöründe yoğun olarak yaşanması ve çalışanlar üzerinde stres ve tükenmişlik gibi etkilerinin görülebilmeleridir (Brotheridge ve Lee 2002; Cheung ve Tang 2009).

Cheung ve Tang (2009) duygusal emek ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkinin kavramsal olarak açıklanmasında Kaynakların Korunması Teorisi'nin yol gösterici olduğunu belirtmektedir. Bu teoriye göre; çalışanlar tehdit edildiklerinde veya değerli kaynaklarını kaybettiklerinde stres oluşur. Stresi azaltmak için bireyler işlerinden elde ettikleri kaynaklarını korumaya ya da arttırmaya çalışarak kayıplarını en aza indirme çabasında dırlar. Çalışanlar iş ve aile rollerinin gereklerini yerine getirmek için değerli kaynakları kullanmak zorundadırlar. İş taleplerini karşılamak için harcadıkları enerji (duygusal emek gibi), sadece kaynakların kaybı değil aynı zamanda aile rollerini yerine getirmek için gerekli olan enerjiye de tehdit oluşturmaktadır. Stres yüksek seviyede olduğunda çalışanlar iş ve aile rollerini dengeleyemez ve bu durum iş-aile, aile-iş çatışmasına yol açar.

Yüzeysel davranış çalışanların gerçekten hissetmedikleri duyguları göstermeye çalışmalarını gerektirmekte, kişisel kaynakları azaltmakta ve enerji kaybına yol açarak iş ve aile rollerinin karşılanmasını engellemektedir (Cheung ve Tang 2009). Derin davranış sergileme, çalışanların kaynakları kullanmasını gerektirse de çalışanlar, iş tatmini (Grandey 2003) ve kişisel başarı (Brotheridge ve Lee 2002) gibi değerli kaynakları elde edip daha az iş-aile çatışması yaşamaktadır (Cheung ve Tang 2009). Yapılan çalışmalarda, işyerinde gösterilen yüzeysel davranışın iş-aile çatışmasını arttırdığı saptanmıştır (Montgomery vd. 2005,2006; Seery vd.2008; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010). Derin davranış ile iş-aile çatışması arasında bir ilişki ortaya çıkmamıştır (Montgomery vd. 2006; Seery vd. 2008; Yanchus vd. 2010).

Cheung ve Tang (2009) samimi davranışın sonuçlarını alan araştırması ya da veriye dayalı olarak test etmeyen geçmişteki çalışmaların bir

boşluğunu tamamlayarak, samimi davranışın da iş-aile çatışması üzerine olan etkisini araştırmıştır. Yüzeysel davranışın aksine (derin davranışın iş-aile çatışması ile negatif ilişkili olduğunu düşünse de) derin davranış ve doğal duyguların ifadesi ile iş-aile çatışması arasında bir ilişki bulunamamıştır. Bu durumun nedenini, çalışanların derin davranış sergilediklerinde gerçek duygularından fedakârlık etmeden örgütün istediği duyguları göstermeleri ile açıklamışlardır.

Yüzeysel ve derin davranış, çalışanların enerjilerini azaltarak sıkıntı veya gerilime yol açacaktır. Ancak samimi duygular çalışanların kendi gerçek duygularını yansıttığından yüzeysel ve derin davranışın neden olduğu olumsuz etkileri yaratmayacaktır. Başka bir ifadeyle, samimi davranışın iş-aile çatışması ile negatif ilişkili olacağı öngörülmektedir. Bu nedenle çalışanların sergilemiş oldukları yüzeysel veya derin davranış arttığında, yaşamış oldukları iş-aile çatışmasının da artacağı düşünülürken samimi davranış sergileyen çalışanların iş-aile çatışmasını daha az yaşayacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında, duygusal emek boyutları ve iş-aile çatışması boyutları arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir.

- H<sub>1</sub>: Yüzeysel davranış, zaman temelli iş-aile çatışması, sıkıntı temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışması ile pozitif ilişkilidir.
- H<sub>2</sub>: Derin davranış zaman temelli iş-aile çatışması, sıkıntı temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışması ile pozitif ilişkilidir.
- H<sub>3</sub>: Samimi davranış, zaman temelli iş-aile çatışması, sıkıntı temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışması ile negatif ilişkilidir.

Bu çalışmada duygusal emek boyutlarının her birinin iş-aile çatışması boyutlarının her biri ile farklı ilişki içerisinde olduğu ve duygusal emek boyutlarının iş-aile çatışmasının her bir boyutu üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

- H<sub>4</sub>: Duygusal emek boyutlarının zaman temelli iş-aile çatışması, sıkıntı temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışması üzerinde etkisi vardır.

## YÖNTEM

### Örnekleme ve Veri Toplama

Çalışmanın evrenini İzmir şehir otellerinin tüm çalışanları oluşturmaktadır. Şehir merkezinde bulunan, üç, dört ve beş yıldızlı ve butik şehir otel çalışanlarıyla sınırlandırılan evrende yer alan otellerin sayısı 40 adettir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2014). Üç ve daha fazla yıldıza sahip olan otellerin ve butik otellerin yöneticileri ile temasa geçilerek bu çalışma ile ilgili destekleri talep edilmiştir, ancak 40 otelden yalnızca 10 tanesi (biri butik, ikisi üç yıldızlı, dördü dört yıldızlı ve üçü ise beş yıldızlı) veri toplama konusunda yardımcı olmuştur. Bu otellerde çalışan sayısı yaklaşık 700 olarak belirlenmiştir. Şubat ve Mart 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilen bu araştırmanın anketleri, araştırmaya katılan otellerin insan kaynakları birimlerine, çalışan sayılarına göre anketin içeriği ve doldurulma aşamasında dikkat edilmesi gereken hususları içeren yönerge ile birlikte araştırmacı tarafından bırakılmış daha sonra yine araştırmacı tarafından anketler insan kaynakları biriminden teslim alınmıştır. Araştırmacının anket toplama sürecine dahil olamamasının nedeni; otel yöneticilerinin işin akışını aksatacağı gerekçesi ile araştırmacının sürece dahil olmasına izin vermemesidir.

Otel yöneticilerine verilen 700 anketten 302 tanesi doldurtularak araştırmacılara geri dönüşü yapılmıştır. Böylece çalışma evreninin yaklaşık %43'ünden veri toplanması mümkün olmuştur. Araştırmacılara pratik kolaylık sağlaması açısından hazırlanan farklı evren büyüklüklerinden alınması gereken örneklem büyüklüklerini hesaplayan Basılı Tablolar (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2004: 49-50) bu çalışmadaki örneklemin evreni temsil etmek için gerekli olan sayıyı aştığını göstermektedir. Tabloda, çalışmadaki evrene en yakın sayı olarak verilen 750 evren büyüklüğünde, örnekleme hatasının 0,5 ve sonuçların %95 güven aralığında olmasını (0,05 örnekleme hatası içerebileceğini) kabul ediyorsak örneklem büyüklüğü en az 254 olmalıdır. Bu çalışmadaki örneklem büyüklüğünün 302 olması evreni temsil ettiğini göstermektedir.

## Veri Toplama Araçları

Duygusal Emek Ölçeği: Otel çalışanlarının duygusal emek düzeylerini ve boyutlarını ölçmek için, Pala ve Tepeci (2009;2014) tarafından Türkçeye çevrilerek geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş olan Chu ve Murrmann'ın (2006) Konaklama İşletmeleri Duygusal Emek Ölçeği kullanılmıştır. Pala ve Tepeci tarafından Türkçeye uyarlanan ölçek, Ashforth ve Humphrey'in (1993) kavramsallaştırdığı duygusal emeği yüzeysel, derin ve samimi davranış boyutlarıyla ölçmektedir.

*İş-Aile Çatışması Ölçeği:* Carlson vd.'nin (2000) geliştirmiş olduğu iş-aile çatışması ölçeği, işten kaynaklı iş-aile çatışmasının yönünü ve üç türünü (zaman, sıkıntı ve davranış temelli) ölçmektedir. İş-aile çatışması ölçeği, üç boyuttan oluşan her üç boyutun bünyesinde üç madde barındırdığı dokuz maddelik bir ölçektir. Ölçeğin Türkçe alanyazında uyarlaması bulunmadığından, ölçek maddeleri bu çalışma ile Türkçeye çevrilmiştir. Ölçek maddelerinin Türkçeye çevrilme işlemi, turizm sektöründe uzman İngilizce ve Türkçe dillerine hakim üç akademisyen tarafından gerçekleştirilmiştir. Çeviri işlemi yapılırken iki akademisyen tarafından Türkçeye çevrilen ölçek, anlam kayıpları yaşanabileceğinden bir akademisyen tarafından geri çeviri tekniğine başvurulmuş (Brislin vd. 1973) yeniden İngilizceye çevrilmiştir. İngilizceye çevrilen ölçek maddelerinin anlam kaybına uğrayıp uğramadığına bakılmış, anlam kaybına uğrayan ölçek maddeleri tespit edilerek, anlamının korunacağı şekilde tekrar Türkçeye çevrilmiştir. Örneklerden seçilen 12 kişilik bir gruba uygulanarak maddeler daha açık bir şekilde ifade edilmek üzere düzeltilmiştir.

## ANALİZ VE BULGULAR

### Doğrulayıcı Faktör Analizleri

Duygusal emeği oluşturan maddeler üzerinde doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, üç ana faktör olan samimi, yüzeysel ve derin davranış (örtük değişken) ve 14 alt faktör (gözlenen değişken) analize sokulmuştur. Samimi davranışta yer alan iki madde (2 ve 7) analize sokulduğunda modelin uyum iyiliği indeksleri standart değerlerin altında yer almıştır.

Tablo 1. İş-Aile Çatışması ve Duygusal Emek Ölçeğine İlişkin Uyum İyiliği İstatistikleri

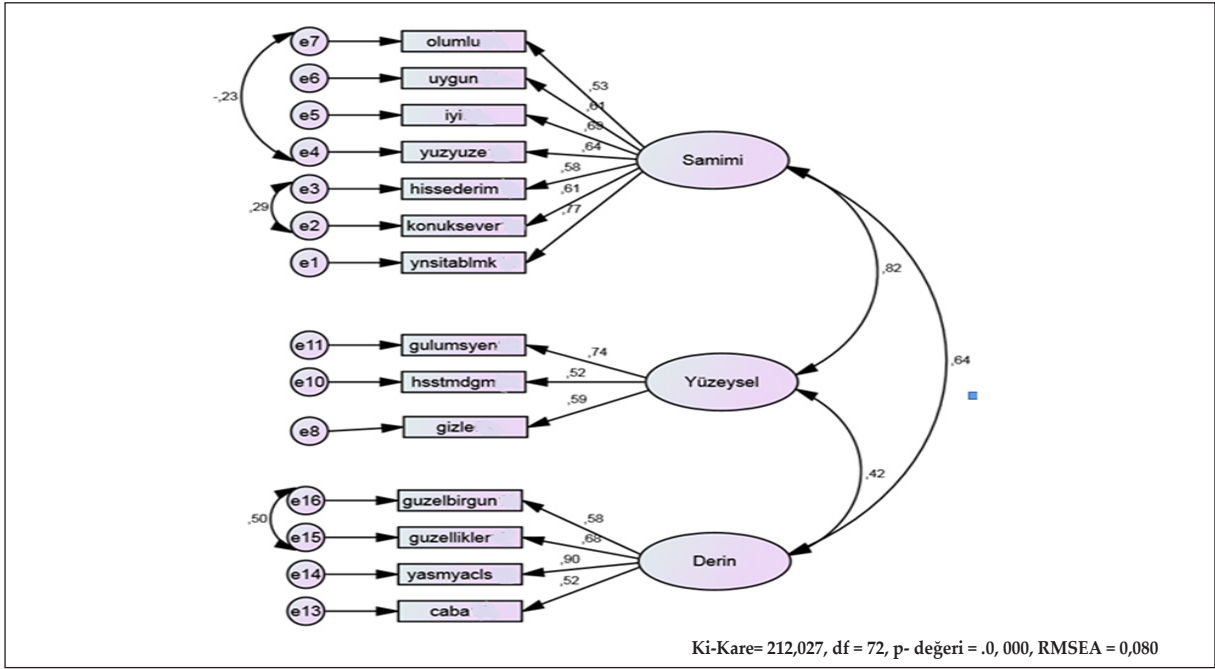
Uyum İyiliği Ölçütleri	Duygusal Emek Uyum-İyiliği Değerleri	İş-Aile Çatışması Uyum-İyiliği Değerleri	Standart Değerler
CMIN/DF ( $\chi^2/df$ )	2,945	2,779	$\leq 3$
RMSEA	,080	,077	$\leq ,08$ veya,10
CFI	,91	,97	$\geq ,90$
GFI	,91	,96	$\geq ,90$
AGFI	,86	,91	$\geq ,90$

Bu maddeler analiz dışı bırakıldığında ise modelin uyum iyiliği indeksleri Tablo 1'de de görüldüğü gibi standart değerlere eşit veya bu değerlerden daha yüksek çıkmaktadır. Uyum iyiliği değerleri incelendiğinde,  $\chi^2/df = 2,945$ 'nin 3 değerinden küçük olduğu, CFI=,91 ve GFI=,91 uyum iyiliği değerlerinin, 90'nın üzerinde olduğu görülmektedir. Bu değerler oluşturulan modelin uyumunun mükemmel olduğunu ifade ederken RMSEA'nın ,08 olması ve AGFI'nın ,86 olması modelin uyumun kabul edilebilir değerler içerisinde olduğunu göstermektedir (Schermele-Engel vd. 2003).

Daha sonra, iş-aile çatışması ölçeğindeki dokuz madde, üç boyutlu bir yapı olarak doğrulayıcı faktör analizine tabi tutularak test edilmiştir. Tablo 1'de iş-aile çatışması maddelerinin doğrulayıcı faktör analizi sonrasında ortaya çıkan uyum iyiliği değerleri incelendiğinde,  $\chi^2/df = 2,779$ 'nin 3 değerinden küçük olduğu, CFI=,97, GFI=,96 ve AGFI=,91 uyum iyiliği değerlerinin, 90'nın üzerinde olduğu görülmektedir. Bu değerler oluşturulan modelin uyumunun mükemmel olduğunu ifade ederken RMSEA'nın ,08 olması modelin uyumunun kabul edilebilir değerler içerisinde olduğunu göstermektedir (Schermele-Engel vd. 2003: 52).

Duygusal emek değişkenini ölçen 14 madde ve üç faktör Şekil 1'de görülmektedir.

Şekil 2'de iş-aile çatışması ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra ortaya çıkan durum yer almaktadır.

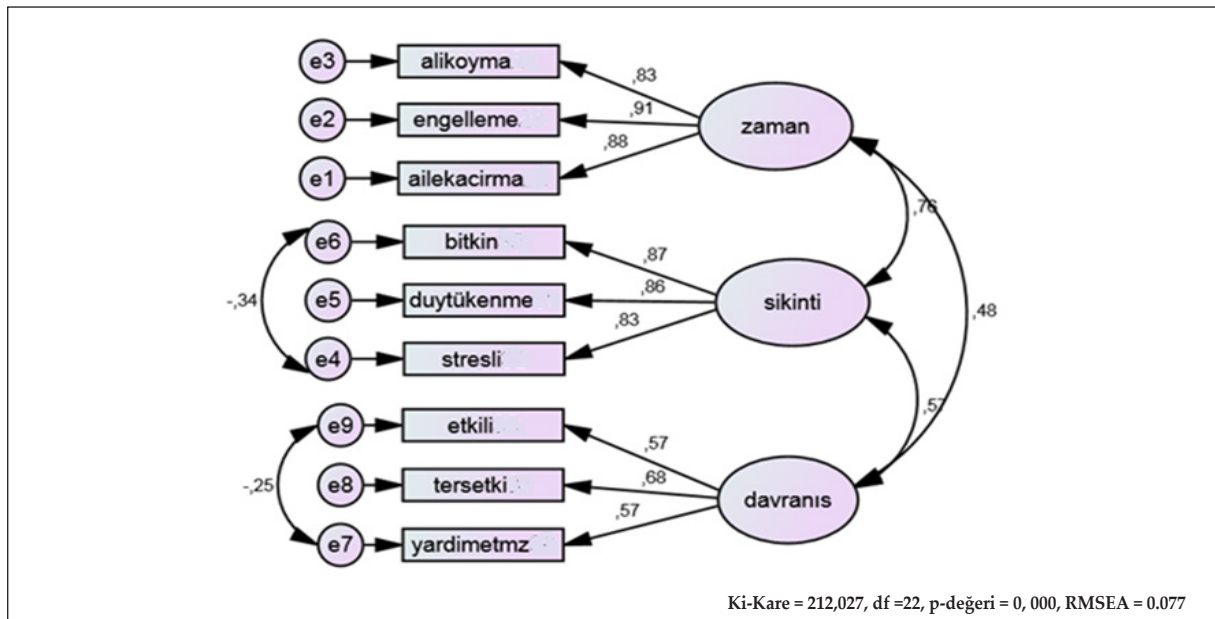


Şekil 1. Duygusal Emek Ölçeği Path Diyagramı

### Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri, Korelasyon ve Güvenirlik Değerleri

Bu çalışmada kullanılan alt ölçeklerin ortalama ve standart sapma değerleri, korelasyon katsayıları ile güvenilirlik analizleri sonucunda elde edilen Cronbach Alfa katsayıları Tablo 2'de verilmekte-

dir. Duygusal emek boyutlarının ortalamaları incelendiğinde otel çalışanlarının belli düzeylerde duygusal emek davranışı gösterdikleri görülmektedir. İş-aile çatışması boyutları incelendiğinde ise nötr ve altında değerler olduğu ve iş-aile çatışmasının pek yaşanmadığı söylenebilir.



Şekil 2. İş-Aile Yaşam Çatışması Ölçeği Path Diyagramı

Tablo 2. Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri, Korelasyon ve Güvenirlik Değerleri

	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6
1.Samimi Davranış	5,87	,88	,825					
2.Yüzeysel Davranış	5,44	1,05	,57**	,728				
3.Derin Davranış	5,41	1,15	,51**	,37**	,769			
4. Zaman temelli iş-aile çatışması	4,09	1,76	,12*	,15**	,08	,904		
5. Sıkıntı temelli iş-aile çatışması	3,93	1,70	,05	,10	,06	,71**	,870	
6. Davranış temelli iş-aile çatışması	3,65	1,27	,08	,21**	,14*	,38**	,46**	,670

Not: 7'li Likert tipi değerlendirme ölçeği (1=hiç katılmıyorum; 4=nötrüm, 7=tamamen katılıyorum)

Korelasyonlar \*p<,05, \*\*p<,01 düzeylerinde anlamlıdır.

Çaprazda koyu verilen değerler değişkenlerin iç tutarlılıklarını göstermektedir.

Duygusal emek boyutları arasında korelasyon katsayıları incelendiğinde; samimi davranış ile yüzeysel davranış arasında ( $r=,57$ ,  $p<,01$ ), samimi davranış ile derin davranış arasında ( $r=,51$ ,  $p<,01$ ), yüzeysel davranış ile derin davranış arasında ( $r=,37$ ,  $p<,01$ ) pozitif ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir.

İş-aile çatışmanın boyutları arasındaki korelasyon katsayıları şu şekildedir: Zaman temelli iş-aile çatışması ile sıkıntı temelli iş-aile çatışması arasında ( $r=,71$ ,  $p<,01$ ) pozitif ve yüksek bir ilişki; sıkıntı temelli iş-aile çatışması ile davranış temelli iş-aile çatışması arasında ( $r=,46$ ,  $p<,01$ ) ve zaman temelli iş-aile çatışması ile davranış temelli iş-aile çatışması arasında ( $r=,38$ ,  $p<,01$ ) pozitif ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir.

Ölçeklerin güvenirlilik analizleri incelendiğinde, samimi davranışın 0,825; yüzeysel davranışın 0,728; derin davranışın 0,769; zaman temelli iş-aile çatışmasının 0,904; sıkıntı temelli iş-aile çatış-

masının 0,870 ve davranış temelli iş-aile çatışmasının 0,670 iç tutarlık katsayılarına sahip olarak güvenilir olduğu ortaya çıkmaktadır.

Yüzeysel davranış ile zaman temelli iş-aile çatışması ( $r=,15$ ,  $p<,01$ ) ve davranış temelli iş-aile çatışması ( $r=,21$ ,  $p<,01$ ) arasında pozitif düşük düzeyde ilişkiye rastlanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda  $H_1$ 'in kısmen desteklendiği görülmektedir. Yüzeysel davranışın iş-aile çatışmasının üç boyutu ile pozitif ilişkili olduğu öngörülürken analiz sonucunda yüzeysel davranışın zaman temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışması ile pozitif ilişkili olduğu ancak sıkıntı temelli iş-aile çatışması ile herhangi bir ilişkisinin olmadığı bulunmuştur.

Derin davranış ile yalnızca davranış temelli iş-aile çatışması ( $r=,14$ ,  $p<,05$ ), arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmuş, diğer iş-aile çatışması boyutlarıyla ilişki bulunmadığından  $H_2$  kısmen desteklenmiştir. Duygusal emek boyutlarından

Tablo 3. İş- Aile Çatışması Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişkenler	Beta değeri	t değeri	p değeri	Düz. R Kare	F testi	F anlamlılık
Zaman temelli iş-aile çatışması	Samimi davranış	,057	,797	,426	,025	7,427	,007
	Yüzeysel davranış	,160	2,725	,007			
	Derin davranış	,037	,580	,562			
Sıkıntı temelli iş-aile çatışması	Samimi davranış	-,016	-,209	,834	,010	,970	,407
	Yüzeysel davranış	,096	1,329	,185			
	Derin davranış	,030	,435	,664			
Davranış temelli iş-aile çatışması	Samimi davranış	-,068	-,962	,337	,046	13,704	,000
	Yüzeysel davranış	,215	3,702	,000			
	Derin davranış	,069	1,114	,266			

Samimi davranış ile zaman temelli iş-aile çatışması arasında pozitif yönlü düşük düzeyde ( $r = ,12, p < ,05$ ) bir ilişki saptanmıştır. Analiz sonuçlarında, samimi davranış ile davranış temelli iş-aile çatışması ve sıkıntı temelli iş-aile çatışması arasında bir ilişki bulunmadığından; samimi davranış ile zaman temelli iş-aile çatışması arasında negatif bir ilişkinin varlığı öngörülürken pozitif bir ilişki tespit edildiğinden  $H_3$  desteklenmemiştir. Otel çalışanlarının hizmet karşılaşmalarında gerçek duygularını sergiledikleri için iş-aile çatışması ile negatif ilişkili olduğu düşünülmüştür, ancak samimi davranış sergilediklerinde yaşadıkları zaman temelli iş-aile çatışmasının arttığı tespit edilmiştir.

### Regresyon Analizi

Regresyon analizine göre, duygusal emek boyutları zaman temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışmasını anlamlı olarak açıklamaktadır (Tablo 3). Duygusal emeğin zaman temelli iş-aile çatışmasının %2,5'ini açıkladığı görülürken açıklamada etkili boyutun yüzeysel davranış ( $Beta = ,160, p < ,01$ ) olduğu ortaya çıkmıştır. Duygusal emek boyutlarının davranış temelli iş-aile çatışmasının %4,6'sını açıkladığı ve etkili olan boyutun ise yine yüzeysel davranış ( $Beta = ,215, p < ,01$ ) olduğu görülmektedir. Bu bulgular sonucunda duygusal emek boyutlarının sıkıntı temelli iş-aile çatışmasını anlamlı olarak açıklamadığı için  $H_4$ 'ün kısmen desteklendiği söylenebilir.

### SONUÇ

Bu çalışmada duygusal emek ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için İzmir şehir otellerinde 302 çalışandan anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Duygusal emek ve iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar son yıllarda artış gösterse de (Montgomery vd. 2005; 2006; Seery vd. 2008; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010) turizm ve otelcilik sektöründe bu ilişkiyi araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmada elde edilen bulgular alan yazına önemli katkılar sağlamaktadır.

### Bulgular ve Tartışma

Duygusal emek değişkeninin doğrulayıcı faktör analizi sonucu ortaya çıkan üç boyutlu yapısı; yüzeysel, derin ve samimi davranış, Ashforth ve Humphrey'in (1993) kavramsallaştırdığı ve Cheung ve Tang (2009), Diefenderff vd. (2005), Lee ve Ok (2012) ve Pala'nın (2008:50) çalışmalarındaki faktör yapısını desteklemektedir.

İş-aile çatışması değişkenini ölçen dokuz madenin doğrulayıcı faktör analizi, Carlson vd. (2000) tarafından geliştirilen üç faktörlü yapıyı desteklemiştir. İş-aile çatışması; zaman, sıkıntı ve davranış temelli olarak alanyazında kullanılan diğer ölçeklere göre (Netemeyer vd. 1996) daha kapsayıcı olarak çalışanların iş ve aile sorumluluklarının çatışmasını belirlemektedir (Seery vd. 2008). İş-aile çatışmasının üç boyutu iş-aile çatışmasının öncelleri ve çıktıklarıyla farklı şekillerde ilişkili olduğundan tek bir değişken olarak değil de boyutlar bazında incelenmesi isabetli olmaktadır (Seery vd. 2008: 474).

İş-aile çatışmasını tek boyut değişken olarak ölçen çalışmalarda (Montgomery vd. 2005; 2006; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010) yüzeysel davranış ile iş-aile çatışması arasında ( $r = ,23$  ile  $= ,28$  arasında;  $p < ,01$ ) pozitif ilişkiler bulunmuştur. Bu çalışmalarda derin davranış ile iş-aile çatışması arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. İş-aile çatışması ile duygusal emek arasındaki ilişkiyi inceleyen ve duygusal emek boyutlarından samimi davranışı da ölçen tek çalışmada (Cheung ve Tang 2009) samimi davranış ile iş-aile çatışması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

İş-aile çatışmasını Carlson vd. (2000) ölçeğiyle üç boyutlu olarak operasyonel hale getiren Seery vd. (2008) çalışma bulgularıyla bu çalışmanın bulguları aşağıdaki şekilde karşılaştırılarak sunulmuştur. ABD'de 363 hemşire ve çocuk bakıcısından toplayan Seery vd. (2008) çalışmasına benzer şekilde, bu çalışmada da yüzeysel davranış ile zaman temelli iş-aile çatışması ( $r = ,15; p < ,05$ ) ve davranış temelli iş-aile çatışması arasında ( $r = ,21; p < ,01$ ) pozitif ilişkiye rastlanmıştır. Seery vd. bu ilişkilerdeki korelasyon katsayısını sırasıyla  $r = ,24$  ve  $r = ,26$  ( $p < ,01$ ) olarak bulmuştur. Otel çalışanlarıyla yapılan bu çalışmada yüzeysel



sel davranış ile sıkıntı temelli iş-aile çatışması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Seery vd. (2008) ise bu değişkenler arasında pozitif bir ilişki ( $r=,30$ ;  $p<,01$ ) saptamıştır. Bu çalışmada derin davranış ile davranış temelli iş-aile çatışması arasında pozitif ilişki ( $r=,14$ ;  $p<,05$ ) belirlenmişken, diğer iki iş-aile çatışması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Seery vd. (2008) ise derin davranış ile zaman temelli iş-aile çatışması arasında pozitif ilişki ( $r=,11$ ;  $p<,05$ ) bulurken diğer iki iş-aile çatışması arasında anlamlı bir ilişki saptamamıştır. Bu çalışmada samimi davranış ile sadece zaman temelli iş-aile çatışması arasında düşük düzeyde pozitif ilişki ( $r=,12$ ;  $p<,05$ ) bulunmuştur.

Duygusal emek boyutları zaman temelli iş-aile çatışması ve davranış temelli iş-aile çatışması üzerinde açıklayıcı olurken, yüzeysel davranış boyutu bu açıklamada etkili olmuştur. Seery vd. (2008) çalışmasında ise iş-aile çatışmasının üç boyutu da yine yüzeysel davranış boyutu tarafından açıklanmıştır. İş-aile çatışmasını tek boyut olarak ölçen çalışmalarda da yine yüzeysel davranış iş-aile çatışması üzerinde belirleyici olurken, derin davranış ve samimi davranış etkili olmamıştır (Montgomery vd. 2005; Cheung ve Tang 2009).

### Teori ve Uygulamaya Katkı

Çeşitli sektör çalışanlarıyla yapılan çalışmalarda iş-aile çatışması ile duygusal emek arasında ilişki incelense de (Montgomery vd.2005; 2006; Seery vd. 2008; Cheung ve Tang 2009; Yanchus vd. 2010) bu ilişkinin incelendiği turizm işletmeleri çalışanlarıyla yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Duygusal emek ve iş-aile çatışması ilişkisinin araştırıldığı hiçbir çalışmada, iki değişken de üçer boyutuyla operasyonel hale getirilmemiştir. Bu açıardan bu çalışma alanyazına orijinal katkılar sunmaktadır.

Çalışmadaki değişkenlerin kavramsallaştırılmasında ve ölçülmesinde kullanılan ölçeklerin farklılığından dolayı alanyazındaki çalışmaların sonuçları birebir karşılaştırılamasa da öne çıkan unsur yüzeysel davranışın iş-aile çatışması üzerinde açıklayıcı olduğudur. Özellikle davranış temelli iş-aile çatışması üzerinde bu etki daha bariz

olarak görülmektedir. Kaynakların Korunması Teorisi'nin de (Cheung ve Tang 2009) açıkladığı gibi çalışanların yüzeysel davranış göstermek için harcadığı enerji hem iş hem de aile rollerini yerine getirmek için gerekli olan enerjilerine tehdit oluşturmaktadır. Bununla birlikte ortaya çıkan stres de çalışanların iş ve aile rollerini dengelemelerine engel olarak iş-aile çatışması yaşamalarına yol açabilmektedir.

Derin ve samimi davranış boyutları da önceki çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da iş-aile çatışması üzerinde açıklayıcı etkiye sahip olmamıştır. Bu boyutlar genelde iş tatmini ve kişisel başarı değişkenleriyle olumlu yönde ilişkili (Grandey 2003) olduğundan çalışanın işyerinde olumlu duygular içerisinde bulunmasına katkı sağlamaktadır. Çalışanların derin davranış sergileyerek örgütün istediği duyguları kendi gerçek duygularını kurban etmeden yaşamaya çalışmalarını hem evdeki hem de işyerindeki taleplerle başa çıkmak için var olan kaynaklarını korumalarını sağlamaktadır (Cheung ve Tang 2009). Benzer şekilde, samimi davranış gösteren çalışanların hizmet karşılaşmalarında duygularını sergilerken özerk olmaları iş-aile çatışması ile samimi davranışın ilişkili bulunmama sebebi olabilir.

Yüzeysel davranış, çalışanların enerjilerini alarak duygusal tükenme (Grandey 2003) ve iş-aile çatışması yaşaması gibi olumsuz çıktılara yol açmaktadır. İş yerinde sergilenen yüzeysel davranışın azaltılması ve çalışanlara derinden ve samimi davranış tekniklerini öğretme konusunda verilecek eğitimler çalışan açısından iş-aile çatışmasının azaltılmasını sağlayabilir. Öncelikle yöneticiler daha sonra çalışanlar için sağlanacak proaktif duygu yönetimi eğitimleri ve çalışanlar ve yöneticiler arasındaki iletişimin artırılmasına olanak verecek sosyal ortamların yaratılması, yüzeysel davranışın seviyesinin azaltılmasına yardımcı olabilir. Çalışan seçim, eğitim, terfi ve ödüllendirme sistemleri üzerinde çalışarak müşterileri istek ve ihtiyaçlarını anlayıp onlara güler yüzlü, arkadaşça ve nazik bir tutum ve davranış gösterecek çalışanlara sahip olmak iş-aile çatışmasını düşürerek çalışan mutluluğunu, müşteri memnuniyetini ve işletmelerin rekabet gücünü arttıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Allen, T.D. ve Finkelstein, L.M. (2014). Work-Family Conflict among Members of Full-Time Dual-Earner Couples: An Examination of Family Life Stage, Gender, and Age, *Journal of Occupational Health Psychology*, 19 (3): 376-384.
- Ashforth, B.E. ve Humphrey, R.H. (1993). Emotional Labor in Service Roles: Influence of Identity, *Academy of Management Review*, 18:88-115.
- Byron, K. (2005). A Meta-Analytic Review of Work-Family Conflicts and Its Antecedents, *Journal of Vocational Behaviour*, 67:169-198.
- Brislin, R.W., Lonner, W.J. ve Thorndike, R.M. (1973). *Cross Cultural Research Methods*. New York: John Wiley&SonsPub.
- Brotheridge, C.M. ve Lee, R.T. (2002). Testing a Conservation of Resources Model of the Dynamics of Emotional Labor, *Journal of Occupational Health Psychology*, 7: 57-67.
- Carlson, D.S., Kacmar, K.M. ve Williams, L.J. (2000). Construction and Initial Validation of a Multi-dimensional Measure of Work-Family Conflict, *Journal of Vocational Behavior*, 56 (2): 249-276.
- Cheung, F.Y. ve Tang, C.S. (2009). Quality of Work Life as a Mediator Between Emotional Labor and Work-Family Interference, *Journal of Business and Psychology*, 24: 245-255.
- Chu, K.H. ve Murrmann, S.K. (2006). Development and Validation of the Hospitality Emotional Labor Scale, *Tourism Management*, 27: 1181-1191.
- Chu, K.H., Baker, M.A. ve Murrmann, S.K. (2012). When We are On Stage, We Smile: The effect of Emotional Labor on Employee Work Outcomes, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 906-915.
- Diefendorff, J.M., Croyle, M.H. ve Grosserand, R.H. (2005). The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies, *Journal of Vocational Behaviour*, 66: 339-357.
- Eby, L.T., Maher, C.P. ve Butts, M.M. (2010). The Intersection of Work and Family Life: The Role of Affect, *Annual Review of Psychology*, 61: 599-622.
- Frone, M.R. (2003). Handbook of Occupational Health Psychology. İçinde Quick J.C. ve Tetrick L.E. (Editörler) *Work-Family Balance* (ss.143-162). Washington DC: American Psychological Association.
- Grandey, A. (2000). Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor, *Journal of Occupational Health Psychology*, 5: 95-110.
- Grandey, A.A. (2003). When The Show Must Go on: Surface Acting and Deep Acting as Determinants of Emotional Exhaustion and Peer-Rated Service Delivery, *Academy of Management Journal*, 46: 86-96.
- Greenhaus, J. H. Ve Beutell, N. J. (1985). Source of Conflict Between Work and Family Roles, *Academy of Management Review*, 10 (1): 76-88.
- Hochschild, A.R. (1983). *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.izmirturizm.gov.tr/TR,77217/konaklama-verileri.html>, Erişim tarihi: 5 Şubat 2014.
- Karatepe, O.M., Sökmen, A., Yavaş, U. ve Babakuş, E. (2010). Work-Family Conflict and Burnout in Frontline Service Jobs: Direct, Mediating and Moderating Effects, *Ekonomika A Management*, 4: 61-73.
- Kruml, S.M. ve Geddes, D. (2000). Exploring the Dimensions of Emotional Labor: Hochschild's Work, *Management Communication Quarterly*, 14: 8-49.
- Lee, J. J. ve Ok, C. (2012). Reducing Burnout and Enhancing Job Satisfaction: Critical Role of Hotel Employees' Emotional Intelligence and Emotional Labor, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 1101-1112.
- Lee, J. J. ve Ok, C. (2015). Examination of Factors Affecting Hotel Employees' Service Orientation: An Emotional Labor Perspective, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 39 (4): 437-468.
- Magnini, V.P. (2009). Understanding and Reducing Work-Family Conflict in the Hospitality Industry, *Journal of Human Resources in Hospitality&Tourism*, 8:119-136.
- Montgomery, A. J., Panagopoulou, E. ve Benos, A. (2005). Emotional Labor at Work and at Home among Greek Health Care Professionals, *Journal of Health Organization and Management*, 19: 395-408.
- Montgomery, A. J., Panagopolou, E. Wildt, M. ve Meenks, E. (2006). Work-Family Interference Emotional Labor and Burnout, *Journal of Managerial Psychology*, 21: 36-51.
- Morris, J.A. ve Feldman, D.C. (1996). The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor, *Academy of Management Review*, 21 (4): 906-1010.
- Netemeyer, R. G., Bole, J. S. ve McMurrian, R. (1996). Development and Validation of Work-Family Conflict and Family-Work Conflict Scales, *Journal of Applied Psychology*, 81(4): 400-410.
- Pala, T. ve Tepeci, M. (2009). Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Duygusal Emegin Çalışanların Tutumlarına Etkileri. 17. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, 21-23 Mayıs, 113-119.
- Pala, T. ve Tepeci, M. (2014). Otel İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Boyutlarının Belirlenmesi ve Duygusal Emek Boyutlarının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyeti Üzerine Etkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(1): 21-37.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures, *Methods of Psychological Research Online*, 8 (2): 23-74.
- Seery, B. L., Corrigan, E. A. ve Harpel, T. (2008). Job-Related Emotional Labor and Its Relationship to Work-Family Conflict and Facilitation, *Journal Family and Economic Issues*, 29: 461-477.
- Selvarajan, T.T., Singh, B., ve Cloninger, P.A. (2016). Role of Personality and Affect on the Social Support and Work Family Conflict Relationship, *Journal of Vocational Behaviour*, 94: 39-56.

- Voydanoff, P. (2004). Implication of Work and Community Demand and Resources for Work-to-Family Conflict and Facilitation, *Journal of Occupational Health Psychology*, 9 (4): 275-285.
- Wharton, A. S. ve Erickson, R. J. (1993). Managing Emotions on the Job and at Home: Understanding the Consequences of the Multiple Emotional Roles, *Academy of Management Review*, 18 (3): 457-495.
- Yanchus, N. J., Eby, L. T., Lance, C. E. ve Drollinger, S. (2010). The Impact of Emotional Labor on Work-Family Outcomes, *Journal of Vocational Behaviour*, 76: 105-117.

- Yavaş, U., Babakuş, E. ve Karatepe, O.M. (2008). Attitudinal and Behavioral Consequences of the Work-Family Conflict and Family-Work Conflict: Does Gender Matter? *International Journal of Service Industry Management*, 19 (1): 7-31.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zhao, X., Qu, H. ve Liu, J. (2014). An Investigation into the Relationship Between Hospitality Employees' Work-Family Conflict and Their Leisure Intentions, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55 (4): 408-421.



**Tuğba PALA**

Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünden mezun oldu (2004). Yüksek lisans derecesini Mersin Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik dalından (2008), doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından aldı (2014). Mersin Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2007-2008). Daha sonra 35. madde ile Dokuz Eylül Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı (2008-2015). Halen Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Araş. Gör. Dr. olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları duygusal emek, iş-aile çatışmasıdır.



**Mustafa TEPECİ**

Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1991). Yüksek lisans derecesini ABD'de New Haven (CT) Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği alanından (1996), doktora derecesini de ABD'de PennState Üniversitesi'nden (PA) Turizm İşletmeciliği alanından aldı (2001). Haziran 2001'de yurda döndükten sonra Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda çalışmaya başladı. Mersin Üniversitesi'nde 2002 yılında Yrd.Doç., 2005-2008 yıllarında ise Doçent unvanıyla çalıştıktan sonra Haziran 2008 tarihinde Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokuluna Doçent olarak atandı. Doçentlik unvanını Yönetim ve Organizasyon alanında aldı (2005). Profesörlüğe Celal Bayar Üniversitesi'nde yükseltildi (2011). Halen Celal Bayar Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde Turizm İşletmeciliği Bölüm Başkanı olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; stratejik yönetim, yenilikçilik, girişimcilik, kişi-örgüt uyumu, duygusal emek, yönetici yetkinlikleri ve ekip çalışmasıdır.



**Alp TİMUR**

Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi, Sanayi ve Ticaret İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (1970). Yüksek lisans derecesini Ege Üniversitesi'nden İktisat dalından (1974), doktora derecesini de Ege Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından aldı (1978). Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi'nde çalışmaya başladı (1971). Doçentlik unvanını Turizm İşletmeciliği alanında aldı (1983). Profesörlüğe Dokuz Eylül Üniversitesi'nde yükseltildi (1989). Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden emekli oldu. (2016) Temel çalışma alanları turizm ekonomisi ve politikası, iktisat politikasıdır.

## Hayvan Odaklı Turizm Faaliyetlerine Meta Eleştirel Bakış: Türkiye Örneği<sup>1</sup>

*A Meta Critical Review of Animal-Based Tourism Activities: Case of Turkey*

**S. Emre DİLEK\*, Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN\*\***

\*Dr., Öğr. Üyesi, Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 72160, Batı Raman Kampüsü, Batman.

E-posta: s.emre.d@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-7830-1928

\*\*Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 35390, Tınaztepe Kampüsü, İzmir.

E-posta: ebru.gunlu@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2599-0197

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 19 Nisan 2017

Düzeltilme: 21 Haziran 2017

Düzeltilme: 24 Temmuz 2017

Kabul: 26 Temmuz 2017

**Anahtar sözcükler:** *Metalaştırılmış hayvanlar, Turizm ve hayvan etiği, Turist-hayvan ilişkisi.*

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 19 April 2017

Resubmitted: 21 June 2017

Resubmitted: 24 July 2017

Accepted: 26 July 2017

**Key words:** *Commoditised animals, Tourism and animal ethics, Tourist-animal relationships.*

## GİRİŞ

İnsan-doğa ilişkisi, insanın varoluşundan bugüne dek çeşitli değişim ve dönüşümler ile birlikte uzun bir süreci geride bırakmıştır. Söz konusu bu süreç, antik çağda insanın doğanın bir parçası

<sup>1</sup> Bu makale, Sebahattin Emre DİLEK'in Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD'de yazılan "Turizmin Hayvanlara Dair Ahlaki Sorumluluğunun Meta Eleştiri Bağlamında Değerlendirilmesi" başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.

### ÖZ

Çalışmanın konusu, turizm sektöründe hayvanların metalaştırıldığı alanları ortaya koyarak, eleştirel bir tahlil yapmaktır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunu tartışmaya açarak, öneriler geliştirmektir. Bu tür bir çalışma, Türkiye'de turizm yazınında bulunmamakta olup, bu yönüyle ilk olma özelliğini taşımaktadır. Çalışmada, turizmin hem arz hem de talep boyutunda hayvanlara yönelik nasıl bir ahlaki sorumluluğa sahip olması gerektiği üzerinde bir tartışma yürütülmektedir. Türkiye'de yer alan toplam 23 hayvan odaklı turizm işletmesinin tamamına ulaşılmış ancak 17'sinin yöneticileri ile yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu işletmelere gelen ziyaretçiler ise kolayda örneklem yöntemi ile seçilmiş olup katılımcılara uygulanan anketlerden toplam 406 adet geri dönüş sağlanmış ve 388'i analize dâhil edilmiştir. Yüz yüze görüşmeler yoluyla elde edilen veriler betimsel analiz ile anket yoluyla elde edilen veriler ise betimleyici istatistik ve yapısal eşitlik modeli (YEM) ile analiz edilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir. Analizler neticesinde hayvan odaklı turizm işletmelerini ziyaret edenlerin demografik özellikleri, verdikleri yanıtların YEM aracılığıyla oluşturulan modelleri ile işletme yöneticilerinin hayvanların metalaştırılmasına ilişkin verdikleri yanıtlar karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Ziyaretçiler kendilerini daha çok egosentrik olarak ifade etseler de hayvan odaklı çekiciliklere katılım amaçlarını "doğa turizmine bir alternatif", "eğitim aracı" ve "aile odaklı deneyim" şeklinde belirterek antroposentrik bir duruş ortaya koymaktadırlar. İşletme yöneticilerinin verdikleri yanıtlar ise (1) mevcut durum, (2) etik durum, (3) dış çevre ana temaları altında toplanmış olup, genel olarak hayvanlara yönelik ahlaki ve yasal sorumluluktan uzak oldukları sonucuna varılmıştır. Bu yönüyle hem arz hem de talep boyutunda, hayvanların turizm sektörü içinde ahlaki statüden uzak birer meta olarak var oldukları çıkarımı yapılmıştır.

### ABSTRACT

The matter of this study is to make critical analysis by introducing areas that animals are commodified in the tourism industry. The aim of the study is concordantly to make critique by opposing that animals are commodified in the tourism industry and ethical responsibility of the tourism come up for discussion and bring forward proposals. This kind of study is not present in tourism literature in Turkey. Therefore, it is the first study about that in Turkey. In the study, there is a debate how about the moral responsibility of the supply and demand in tourism sector. Even if 23 animal-based tourism attractions which are reached all of them, data were collected from 17 managers of them via the semi-structured face-to-face interviews. The visitors in these attractions were determined by way of convenience sampling and a total of 406 feedbacks were provided from participants and 388 of them were included in the analysis. The data obtained through face-to-face interviews were analyzed by descriptive analysis and the data obtained by questionnaire were analyzed by descriptive statistics and structural equation model (SEM) and the results were evaluated. As a result of the analyzes, the demographical characteristics of the visitors who visited animal-based tourism attractions, the model of their given responses via SEM and the perceptions of the managers on commoditised animals were compared. Even though visitors mostly express as an egocentric, they said that their participated aims in animal-based tourism attractions are "an alternative to nature tourism", "educational tool", "family-oriented experience" and revealed antropocentric position. As to managers' answers of animal-based tourism businesses, these have come under (1) current situation, (2) ethical situation, (3) external environment and has commonly been concluded that the businesses are away from ethic responsibility towards animals. Both in terms of supply and demand, it has been deduced that the animals exist as a commodity far away from moral status within the tourism sector.

olduğu bilinci ile şekillenirken, Orta Çağ'da insanın ve doğanın birlikte Tanrı'nın yarattığı varlıklar olduğu inancına dönüşmüş ve doğal kaynakların kullanımını doğa lehine sınırlamıştır. Ancak, modern çağla birlikte doğanın canlılığı ve kutsallığı kavrayışı, yerini makine-doğa kavrayışına bırakmış ve insanın doğa ile ilişkisindeki kullanım hakkı genişletilmiştir. Endüstri devrimi ve kapitalizmin yükselişi ile birlikte, kendini "doğanın efendisi" ilan eden insan, doğayla

ilişkisinde radikal bir dönüşüme uğramıştır. Artık söz konusu insan-doğa ilişkisi değil, insanın merkezde doğanın ise periferide yani arka planda yer aldığı, “insan-çevre” ilişkisidir.

Bu ilişki aynı zamanda doğanın birer parçası olan insanların ve insan olmayan hayvanların ilişkisini de kapsamakta ve bu yönüyle gerek türçülük gerekse yaşamın öznesi olma ve eşit gözetilme ilkesi gibi diğer etik tartışmaları gündeme taşımaktadır. Bu tartışmalar özellikle kapitalizmin yükselişine paralel olarak hayvanların metalaştırılması, farklı alanlarda farklı amaçlarla kullanılması noktasında hem etik kuramları hem de kapitalizmin bir eleştirisini gerekli kılmaktadır. Öyle ki Hall ve Brown da (2006:135) insan-hayvan ilişkisi bağlamında yapılan etik tartışmaların, hayvanların insanların amaçlarına yönelik beş farklı kullanım alanı ile ilgili olduğunu ifade etmektedir. Bu beş farklı kullanım alanı: 1) Besin için hayvanların öldürülmesi, 2) Tıp deneylerinde hayvanların kullanılması, 3) Medikal olmayan ürün (kozmetik, deterjan vb.) testlerinde hayvanların kullanılması, 4) Kürkleri, dişleri veya derileri için hayvanların öldürülmesi, 5) Rekreatif faaliyetlerde (av turizmi, hayvan gösterileri vb.) hayvanların kullanılması şeklinde belirtilmektedir (Hall ve Brown 2006).

Söz konusu bu beş alan metalaştırılan hayvanların hem kapitalizmin eleştirel bir tahlili hem de etik kuramların hayvan etiği bağlamında ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, kapitalizmin hükümranlığı altında olan turizm endüstrisinin hayvanları metalaştırma süreçleri, yöntemleri ve alanları ile ilgili olarak bir tespit yapmak ve bu tespit sonucunda etik kuramlar çerçevesinde meşru bir tartışma zemini ortaya koyabilmektir. Diğer bir ifade ile turizm endüstrisinde metalaştırılan hayvanların ahlaki bir statüye sahip olup olamayacaklarını tartışmak, turizm endüstrisini hayvan etiği bağlamında sorgulamak ve birtakım cevaplar üretebilmektir. Çalışmanın önemi de bu noktada ortaya çıkmaktadır. Öyle ki, bu tür bir çalışmanın Türkiye’de daha önce yapılmamış olması, ulusal alanyazındaki önemli bir boşluğun doldurulacağını göstermektedir.

Bu doğrultuda çalışmanın temel sorusu; “Turizm faaliyetine katılmanın ya da turizm faaliyet-

leri içerisindeki zevk ve tercihlerin ahlaki yükü, hayvanların metalaştırılması karşısındaki ahlaki yüke ağır mı basıyor?” şeklindedir. Bu minvalde ortaya çıkan ve farklı düşüncüleri gerekli kılan, bu yönüyle turizm endüstrisinin pek de hoşuna gitmeyecek türde bir değerlendirmeyi içermektedir. Nitekim turizm, dünyada bir milyardan fazla insanın katıldığı, bir trilyon dolardan fazla paranın harcandığı, ülke ekonomilerine ciddi katkılar sağlayan ve bunu yaparken de dokunduğu her şeyi metaya çevirmeyi başarabilen bir hizmet sektörüdür. Akademik çalışmalarda da ekonomik yönü ağır basan, pratiğin ve niceliğin önemli olduğu bir alandır. Ancak uluslararası alanda pek çok yazar, hayvan etiğinin turizm alanyazınında çalışılması ve önemsenmesi gereken bir konu olduğunu ifade etmektedir. (Cohen 2009; Fennell 2011; Markwell 2015).

#### **TURİZMDE İNSAN-HAYVAN ETKİLEŞİMİNE YÖNELİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Hayvanlar, turizm endüstrisinin ve turistlerin ihtiyaçlarının/isteklerinin karşılanması amacıyla çok farklı alanlarda kullanılmaktadır (Fennell 2011: 2015). Bu alanlar; işçiler, göstericiler, yarışçılar, doğal yaşamı gözlemlenenler ve spor adı altında tüketime meta olanlar şeklinde sınıflandırılabilir (Fennell 2011). Bu sınıflandırma doğrudan turizme katılanların hayvan odaklı turizm faaliyetlerini tüketim açısından ele almaktadır. Diğer yandan insan-hayvan ilişkisi bağlamında ilişkinin nasıl ve nerede oluştuğuna yönelik yapılan sınıflandırmalar da bulunmaktadır. Sınıflandırmalardan biri ilişkinin türü, ilişkide bulunulan ortam, hayvanların durumu ve ilişkinin araçları başlıkları altında yapılmaktadır (Cohen 2009). Diğer bir sınıflandırmada ise otantik, yarı-otantik ve sahnelenen alanlar olmak üzere üç başlık altında bir sınıflandırmaya yer verilmektedir (Bulbeck 1999). Söz konusu sınıflandırmalar insan-hayvan ilişkisinin turizm endüstrisi içerisinde nasıl ortaya çıktığını göstermesi ve bu anlamda çalışmanın kuramsal çerçevesini belirleyebilmek adına önemlidir.

Yapılan sınıflandırmalar, insan-hayvan etkileşiminin biçimlerine göre değişiklik göstermektedir. Örneğin Bulbeck otantik, yarı-otantik ve

sahnelenmiş alanlar olmak üzere üçlü bir sınıflandırmadan söz etmektedir (Bulbeck 1999). Yazarın otantik olarak adlandırdığı alanlar, turistlerin yaban hayatını yerinde gördükleri yerlerken; yarı-otantik şeklinde ifade edilen alanlar ise hayvanların belli bir alanda denetim altında oldukları doğal yaşam parkları ya da ulusal parklar gibi yerleri kapsamaktadır. Yazarın sahnelenmiş olarak sınıflandırdığı alanlar ise kafes ardında bekleyen, sınırlı bir alan içerisinde gösteri yapan ya da sahnelenen hayvanların bulunduğu yerlerdir. Bu yerler hayvanat bahçeleri, yunus parkları ve akvaryumlar gibi daha çok insanların eğlencelerine meta olan hayvanların yer aldığı alanlar şeklinde tanımlanabilmektedir.

Diğer bir sınıflandırma ise Beardsworth ve Bryman (2001) tarafından yapılmaktadır. Yazarlar sınıflandırmalarını yine insan-hayvan etkileşimi biçimine göre yapmakta ve hayvanların turizmde kullanımlarına göre dört ayrı sınıflandırmadan söz etmektedir. Bunlar; a) Rassal Yerler: İnsanların doğrudan, hayvanların kendi doğaları içerisinde sergiledikleri davranışları gözlemleyebildikleri yerler (balina gözlemciliği vb.) b) Sunulan Yerler: İnsanların, esaret altındaki hayvanları görebildikleri yerler (hayvanat bahçeleri, akvaryumlar vb.) c) Simgeler (Semboller): Edebi, sembolik ya da sanatsal olarak hayvanların temsili görüntüleri ya da resimleri (taş üzerine çizilen hayvan resimleri vb.) d) Sunulan Sahte İmgeler (Quasification): Bu sınıflandırma hayvanların içlerinin doldurularak ürün şeklinde sunulduğu, içerisinde korku öğeleri de barındıran taxidermy (tahnit sanatı) şeklinde ifade edilmektedir.

Bir başka sınıflandırma Ballantyne vd. (2007) tarafından yapılmış ve diğerlerinden farklı olarak sınıflandırılan alanların olumlu ve olumsuz yönlerine de değinilmiştir. Bu sınıflandırmaya göre; birinci ve ikinci nesil sergiler, üçüncü nesil sergiler, hayvan şovları ve besleme programları, etkileşimli faaliyetler, yaban hayatı turizmi şeklinde beş alan belirlenmiştir (Ballantyne vd. 2007). Birinci, ikinci ve üçüncü nesil sergiler hayvanat bahçelerine karşılık gelmekte ve geçmişten günümüze hayvanat bahçelerinin doğal olmayan konumlarının giderek daha doğal hale getirildiğine işaret edilmektedir. Başka bir deyişle, hay-

vanat bahçeleri birinci ve ikinci nesil sergiler içerisinde yer alırken, doğal yaşam parkları üçüncü nesil sergiler kapsamındadır. Hayvan şovları ve hayvan besleme programlarına ise hayvan sirkeleri, yunus gösterileri ve köpekbalığı besleme programları örnek gösterilebilir. Diğer yandan yunuslarla yüzme, yılan ile fotoğraf çekme gibi bire bir hayvan ile insanın etkileşim içinde bulunduğu faaliyetler, etkileşimli faaliyetler başlığı altında değerlendirilebilir. Yaban hayatı turizminde ise balina gözlemciliği, kuş gözlemciliği gibi hayvanların doğal yaşamının gözlemlenebildiği yerler kastedilmektedir. Ayrıca bu sınıflandırmada sınıflandırılan alanlara yönelik olarak olumlu ve olumsuz yönleri belirtmek adına, hayvan odaklı turizm faaliyetleri fayda ve maliyet şeklinde de iki yönden ele alınmıştır. Hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin fayda ve maliyetleri içerisinde ele alınan ulaşılabilirlik, doğallık, duygusal etkileşim gibi olumlu etkiler (fayda) ile hayvan refahı ve doğal çevre üzerinde oluşabilecek olumsuz etkiler (maliyet) sıralanmaktadır. İfade edilenler tartışmaya açık olmakla birlikte, insan odaklı, türcü ve biraz da misoterik bir bakış açısı yansıtması bakımından eleştirilebilir.

Diğer bir sınıflandırma da Cohen tarafından yapılmıştır. Cohen'in yapmış olduğu sınıflandırma diğerlerine göre daha bütünsel olması bakımından ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre turizm sektöründe insan-hayvan ilişkisi, ilişkinin kurulduğu ortam (doğal, yarı doğal, yarı yapay, yapay), ilişkinin türü (etkileşimli, etkileşimsiz, ilişkisiz), hayvanların durumu (vahşi, evcil, performansçılar, işçiler) ve araçlar (aracılı, aracısız) şeklinde bir çerçeve ortaya konulmaktadır (Cohen 2009).

Cohen'in insan-hayvan ilişkisine yönelik oluşturduğu kavramsal çerçeve, söz konusu ilişkinin nasıl bir ortamda gerçekleştiğini, ne tür bir ilişkinin ortaya çıktığını, hayvanların nasıl bir durumda bulunduğunu ve ilişkiye kimin ya da neyin aracılık ettiğini bütünsel bir açıdan ortaya koymaktadır. Örneğin balina gözlemciliği ele alındığında, vahşi deniz canlılarının doğal ortamlarında etkileşimsiz bir şekilde insanlarla ilişki kurduğu söylenebilir. Balina gözlemciliğine yönelik bu tanımlama da, insan-hayvan ilişkisinin gerçek-

leştirdiği ortam “doğal”, kurulan ilişkinin türü “etkileşimsiz” ve hayvanların durumu da “vahşi” şeklinde ele alınmaktadır. Bu ilişkideki aracı ise -bunun bir tur organizasyonu kapsamında olduğu bilindiğinde- “rehberler”dir.

Hall ve diğerleri ise Cohen’in ortaya koymuş olduğu kavramsal çerçeveden farklı olarak turizm sektörü içerisinde insan-hayvan ilişkisini yedi kategori altında ele almaktadır (Hall vd. 2003);

- Vahşi hayvanların keşfedilmesi (balina gözlemciliği, kuş gözlemciliği vb.),
- Karşılıklı etkileşim için evcil hayvanlar (evde beslenen kediler, köpekler vb.),
- Gösteri için objeler (doğal yaşam parkları vb.),
- Av için hedefler (balık avlama, sürek avı vb.),
- Eğitim kaynağı (Hayvanat bahçelerindeki bilgilendirmeler vb.),
- Efsanevi ya da sembolik sunumlar (Müzelerdeki figürler, el yapımı turistik ürünler vb.),
- Yardımcı roller (turlarda katırların ya da eşeklerin kullanılması vb.)

Örnekleriyle birlikte sözü edilen tüm bu kategoriler, turizm sektörü içerisinde hayvanların pek çok farklı alanda metalaştırıldığını göstermesi bakımından önemlidir. Uluslararası yazında turizm sektörünün hayvanlar üzerinden nasıl ekonomik bir fayda elde ettiğine yönelik çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin Cloke ve Perkins (2005) Yeni Zelanda’nın Kaikoura kasabasını her yıl ortalama 1,5 milyon kişinin ziyaret ettiğini ve bunun yalnızca balinalar ile yunuslar sayesinde gerçekleştiğini ifade etmektedir. Yazarlar yaptıkları çalışmada, turistlerin balina gözlemciliğini “özel, sihirli ve unutulmaz bir deneyim” şeklinde ifade ettiklerini, yunuslarla yüzmeyi ise “nefes kesici, mutluluk verici” bir deneyim olarak adlandırdıklarını söylemektedir (Cloke ve Perkins 2005). Söz konusu örnekte de olduğu gibi hayvanlar turizm sektörü için önemli bir kaynak olarak görülmekte ve hayvanların turizm sektöründe kullanım alanları; esaret altındakiler, turizm faaliyetlerine hizmet edenler/fiziki ve duygusal işçiler, yarışmacılar/rekabete maruz bırakı-

lanlar, spor uğruna katledilenler ve doğal yaşamı gözlemlenenler şeklinde beş temel kategoriden oluşmaktadır (Fennell 2011).

### HAYVAN ETİĞİ TARTIŞMALARI

Besin, tıp deneyleri, kozmetik ürün deneyleri, kürk/diş/deri ticareti ya da rekreasyonel faaliyetler olsun geçmişten günümüze hayvanların farklı alanlarda kullanımı, etik tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak bu kısımda bahsedilen etik tartışmalar ise hayvanların turizm faaliyetleri de dâhil olmak üzere rekreatif faaliyetler kapsamında metalaştırılması üzerinde yürütülmektedir. Ziyaretçi-hayvan ilişkisinin turizm faaliyetleri içerisinde hangi alanlarda ortaya çıktığı ve nasıl oluştuğu bir önceki kısımda ortaya konularak, etik tartışmanın minvali de bu yönde olacaktır. Geçmişten günümüze süregelen hayvan etiği tartışmaları günümüzde Singer (2002), Regan (2007) ve Francione’nin (2008) felsefi temelde yapmış oldukları tartışmalar ile devam etmektedir. Dolayısıyla turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunun tartışılabilmesi adına, söz konusu teorisyenlerin tartışmalarının ve bu tartışmalara ilişkin temel argümanların bilinmesi gerekmektedir.

Singer’ın görüşlerini temellendirdiği faydacı etiğin 18. yüzyıldaki öncüsü Jeremy Bentham, hangi varlıkların ahlaki statüye sahip olacağı konusunda; o varlığın rasyonel bir varlık olup olmaması değil, acı çekme yetisine sahip olup olmamasının önemini belirtmektedir. Bentham, sadece insanların ahlaki değere sahip olduğu ya da olması gerektiği yönündeki geleneksel düşünceyi sorgulayarak, pek çok hayvanın hazzı ve acıyı deneyimleyebildiklerini, bundan dolayı insanların yapmış oldukları eylemlerde, hayvanların çıkarlarını da ahlaki bir zorunluluk olarak göz önünde bulundurmaları gerektiğini belirtmektedir. Peter Singer da bu anlamda Bentham’ın görüşleri ile paralel bir faydacı düşünür olarak, faydacılara göre en fazla sayıda varlık için en fazla faydanın, hazzın ya da mutluluğun sağlanmasının ahlaki açıdan önemli olan tek mesele olduğunu ifade etmektedir.

Peter Singer’ın Bentham’dan farklılığı ise Bentham’ın görüşlerini daha net bir hale getire-

rek bu görüşleri derinleştirmesidir. Singer, faydacıların savunduğu “insan olmayan hayvanların geleceğe dair herhangi bir planlama yapamamaları ve bu nedenle ölecek temelde bir şey kaybetmedikleri” yönündeki görüşe katılarak, hayvanların acı çekmeme konusunda çıkarlarının olduğunu, ancak varlıklarını sürdürmek gibi bir çıkarlarının olmadığını ifade etmektedir. Bu nedenden ötürü Singer, endüstriyel hayvancılığa belli ölçüde karşı çıksa da hayvanların yenmemesi konusunda bir ahlaki gerekliliğin olmadığını düşünmektedir. Öyle ki, kitabında da sağlıklı koşullarda yetiştirilmiş ve acı çektilmeden öldürülmüş bir hayvanı yiyen insana, ahlaki açıdan saygı duyulabileceğini belirtmektedir. Özetle Singer, “Hayvan Özgürleşmesi” kitabıyla hayvanların da etik bir tartışmanın parçası olduklarını, insanlar kadar hayvanların da acı çekmeme hakkına sahip olduklarını savunmakla birlikte, doğal bir hiyerarşik yapının da bulunduğunu vurgulamaktadır. Bu görüş, insanları birer birey olarak kabul ederken, hayvanları insan amaçları için kullanılan ve yerleri doldurulabilir birer metadan öteye geçirmemektedir. Bu da Singer’ın bir anlamda antroposentrik ve türcü bir faydacı etik savunucusu şeklinde yorumlanmasına vesile olmaktadır.

Tom Regan, Singer’dan farklı olarak belirli bilişsel ve deneysel kapasitelere sahip her varlığın içkin ahlaki değere sahip olduğunu öne süren deontolojik (Kant etiği/ödev etiği) ve mutlakçı bir yaklaşıma sahiptir. Singer’ın Benthamcı bakış açısının aksine, Regan Kantçı bir açıdan konuyu ele almaktadır. Dolayısıyla iki farklı teorisinin savunucuları arasında bir rekabetten söz edilebilir. Regan, içkin ahlaki değerlerin acı ve haz duyma yetisi ile ilgili olmadığını, mutlak ve çığnenemez bir değer olduğunu ifade eden Kant ve Kant etiğinden yola çıkmaktadır. Kant’ın mutlakçı ve deontolojik (ödev etiği) yaklaşımında kullandığı temel terimleri ve yaptığı eleştirileri takip eden Regan, Kant’ın sadece rasyonel varlıkların içkin ahlaki değere sahip oldukları yönündeki görüşünü sorgulayarak yeniden değerlendirmektedir. Kant’a göre, belirli varlıklar doğalarında bulunan mükemmeliyetten ötürü mutlak ahlaki saygıyı hak etmektedirler ve doğa-

ları gereği bu mutlak ahlaki saygıyı hak etmesi gereken yalnızca insandır. Regan’a göre Kant’ın bu türcü ve antroposentrik savunusundaki hata, mutlak ahlaki değere ve statüye sahip olmak için rasyonel olmanın temel gereklilik olduğunu düşünmesidir.

Regan, ahlaki kaygının, ahlaki eylemi gerçekleştiren kadar o eylemden etkilenenleri de kapsadığını düşünmektedir. Buradan hareketle, Regan’ın savunduğu etik görüş rasyonel olmaktan çok bir yaşamın öznesi olma kapasitesi üzerinde şekillenmektedir. Regan, kendi yaşamı kendisi için bir anlam ifade eden her varlığın -ki bu anlam dilsel bir rasyonaliteye sahip olan insanlarınki ile aynı olmasa da- yaşamın öznesi olduğunu ve dolayısıyla içkin ahlaki değere sahip olduğunu savunmaktadır.

Bir diğer teorisyen Gary Francione hem Singer hem de Regan’ın görüşlerinden yararlanmakta, fakat ahlaki ve ontolojik hiyerarşiye tümenden karşı olan bir duruşu savunmaktadır. Francione de Singer gibi haz ve acıyı deneyimleme yetisinin ahlaki statü için uygun bir ölçüt olduğunu savunur. Bununla birlikte, Regan’ın ahlaki değerlerin tüm varlıklar için içkin olduğu görüşüne de katılmaktadır.

Ancak Singer ve Regan’dan farklı olarak Francione, bir varlığın sahip olduğu bilişsel yetinin ahlaki statüyle ilgili değerlendirmelerde tamamıyla ilişkisiz olduğunu öne sürmektedir. Başka bir ifadeyle, eğer varlık hissedebilir bir varlık ise diğer tüm hissedebilir varlıklar ile eşit olarak içkin ahlaki değere sahiptir. Francione, varlıkların yaşamın öznesi olmasının ahlaki değere sahip olmak için yeterli olduğunu ancak gerekli olmadığını öne süren Regan’ın aksine, hissetme yetisinin doğrudan ahlaki statüye sahip olmak için hem yeterli hem de gerekli olduğunu öne sürmektedir. Francione buradan hareketle, rasyonel olarak daha gelişmiş olan bir insan ile daha az gelişmiş bir hayvanın çıkarlarını eşit düzeyde görmektedir. Örneğin bir köpeğin, bir kedinin ya da bir filin çıkarları, bir insanın çıkarları ile eşit şekillerde göz önünde bulundurulmalıdır. Ancak bu durum bir köpeğe, kediye ya da file, bir insana davranıldığı gibi davranılmasını da gerektirmemektedir. Nitekim bir hayvanın çıkarlarının,



bir insanın çıkarları ile eşit olarak gözetilmesi o hayvanın oy hakkının bulunduğu anlamına gelmemektedir. Burada Francione'nin kastettiği eşit gözetilme durumu, bir hayvanın acı çekmemekteki çıkarının bir insanın acı çekmemekteki çıkarı ile eşit değerlendirilmesi gerekliliğidir. Buna ek olarak Francione, Singer ve Regan'ın hayvanların varlığını sürdürmekte çıkarlarının olmadığı yönündeki görüşlerini de eleştirerek, insan ve hayvan arasında nasıl acı çekme konusunda ortak bir çıkar söz konusu ise eşit gözetilme ilkesinden yola çıkarak varlıklarını sürdürme konusunda da ortak çıkarlara sahip olduklarını söylemektedir.

Singer, Regan ve Francione'nin görüşleri belli noktalarda ayrılrsa da hayvanların mevcut ahlaki durumlarının iyileştirilmesi konusunda hemfikirlerdir. Dolayısıyla bu üç teorisyenin görüşleri çerçevesinde yapılacak çıkarım, hayvanların hemen her sektörde metalaştırılmasıdır. Çünkü bir metanın, yalnızca kullanım ve değişim değeri ya-

ni ekonomik değeri bulunmaktadır. Bu çıkarım, çözümünün yalnızca etik tartışmalar ile değil, meta eleştirisi çerçevesinde de bir etik tartışma ile mümkün olabileceğini göstermektedir. Bu noktada, turizmin hayvanlar üzerinden yaratmış olduğu meta üretim alanlarının, insan-hayvan etkileşimi bağlamında değerlendirilmeli ve söz konusu alanların etik tartışmalar için ne anlam ifade ettiği bilinmelidir. Tablo 1, turizmin hayvanlar üzerinden gerçekleştirdiği meta üretim alanlarını ve bu alanların etik tartışma konularını göstermektedir.

Tabloda yer alan meta üretim alanları kısmı, aynı zamanda turizm aktiviteleri şeklinde de ifade edilebilir. Diğer yandan "faydalar" başlığı altında belirtilen ifadeler ise turizmin hayvanların metalaştırılması konusundaki antroposentrik savunuları şeklinde de değerlendirilebilir. Tablodan da anlaşılacağı gibi hayvan etiği teorileri içerisinde az önce sözü edilen içkin ahlaki değer, acı

Tablo 1. Hayvan Odaklı Turizm Faaliyetlerinde Etik Konular

Meta Üretim Alanları	Etik Tartışmalar	Faydalar?
Doğal ortamında yaban hayatı gözlemciliği	Hayvanların çeşitliliği, hayvan türleri ve ekosistem üzerindeki etkiler	Turistin mutluluğu, ekosistemin, hayvan türlerinin korunmasına yönelik edinilen bilgi
Doğal ortamlarında hayvanların beslenmesi	Hayvanların alışkanlık kazanması, hayvanlarda davranışsal değişiklikler, hayvanların sağlık durumlarına ilişkin etkiler	Turistin mutluluğu, daha yoğun bir insan-hayvan etkileşimi, koruma bilinci ve ekosistem üzerindeki faydalar
Esaret altındaki hayvanların gözlemlenmesi ve beslenmesi	Hayvan hakları, meta üretim zinciri içerisindeki hayvanlar, hayvanların çıkarlarını göz ardı etmek	Nesli tükenme tehlikesi altındaki hayvanlara yönelik koruma programları, gözlemcilerin mutluluğu, eğitim, koruma programı için kaynak yaratmak
Esaret altında tutulan hayvanların gösterileri	Hayvanları eğitmenin zararları ya da onlara verdiği acı, hayvanların çıkarlarını göz ardı etmek	Hayvan koruma programları için gelir elde etmek, yaban hayatını korumak için destek olmak
Avcılık	Hayvanların öldürülmesi, hayvan hakları ihlalleri	Avcının mutluluğu, hayvan-avcı arasındaki deneyimsel ilişkinin kuvvetlenmesi, av ürünleri
Yeşil Avcılık (Yakalama ve serbest bırakma)	Hayvanların acı çekmeleri ve stres altında kalmaları	Hayvan-avcı arasındaki deneyimsel ilişkinin kuvvetlenmesi, doğal hayatı koruma
Turist menülerinde yer alan yaban hayvanlarının yenmesi	Hayvanların öldürülmesi, hayvanlara acı çektirilmesi, stres altında tutulmaları, hayvanların gereğinden fazla yok edilmesinin hayvan türleri ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkileri	Turistin mutluluğu, yerel halkın gelir elde etmesi
Hayvanlar kullanılarak gerçekleştirilen turlar	Hayvanların acı ve ıstırap çekmeleri, hayvan çıkarlarının gözetilmemesi, hayvan hakları ihlalleri	Turistin mutluluğu, turist-hayvan etkileşiminin artması
Yarışmaya maruz bırakılan hayvanlar	Hayvanların acı çekmeleri, hayvanların öldürülmesi, sakat bırakılmaları, hayvan hakları ihlalleri	Turistin mutluluğu ve eğlenmesi

çekmeme çıkarı, eşit gözetilme ilkesi ya da yaşamın öznesi olma gibi hayvanlara dair kullanılan ve savunulan pek çok kavram, turizmin hayvanlar üzerinden yaratmış olduğu aktivitelerde geçerli olmamaktadır. Öyle ki, turizmin savunmuş olduğu faydalar, "turist merkezli" ya da başka bir deyişle insanı merkeze alan, hayvanları ötekileştiren antroposentrik ve türcü bir yaklaşımın savunularındır. Dolayısıyla ekonomik düzlemdeki pragmatik görüşün hakim olduğu turizm, zaten metalaştırdığı hayvanların içkin ahlaki değere sahip olup olmaması yönündeki tartışmaların çok uzağında kalmaktadır.

## YÖNTEM

Araştırmada, nitel ve nicel araştırma tasarımının her ikisi de kullanılmıştır. Çalışma, turizm sektöründe hayvanların metalaştırılmasının eleştirisi üzerinden şekillendiği için mevcut duruma ilişkin hem arz hem de talep boyutu dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine sahip işletmelerin yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilirken, diğer yandan söz konusu işletmelere gelen ziyaretçilerden de anket formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Araştırma verileri 2015-2016 yaz aylarında olmak üzere toplam altı aylık süreçte elde edilmiştir.

Araştırmanın nitel kısmında, Türkiye'de aktif durumda olan toplam 23 hayvan odaklı turizm işletmesinin yöneticisi ile görüşme yapılmak istenmiş, ancak 17 yönetici ile görüşme gerçekleştirilebilmiştir. Bunun yanı sıra toplamda 20 işletme gezilmiştir. Nicel kısımda ise Gaziantep, Antalya (Merkez, Alanya ve Kemer), İzmir, Bodrum, Marmaris, Ankara, Eskişehir, İstanbul, Kocaeli illerinde hayvanat bahçesi (3), yunus gösteri merkezi (7), hayvan temalı park (2), wildpark (2), akvaryum (5), doğal yaşam parkı (1) olmak üzere toplam 20 işletmeye gelen ziyaretçilerden toplam 406 veri toplanmıştır. Bunların 18 tanesi ön kabul şartlarına uymadığı için elenerek toplam 388 veri değerlendirmeye alınmıştır. Ana kütlelin bilinememesi ve araştırmanın keşifsel olması nedeniyle örneklem sayısında 384'ü geçmek, analizlerin sağlıklı sonuçlar verebilmesi açısından önemli

görülmüştür. Nitekim yazarlar örneklem büyüklüğünün 384 olmasının analizler ve sonuçlar için önemli olduğunu dile getirmektedir (Krejcie ve Morgan 1970; Sekaran ve Bougie 2016).

Çalışmada kullanılan hem yarı yapılandırılmış görüşme formu (toplam 10 soru) hem de kullanılan ölçek Amir Shani'nin (2009) "Tourists' Attitudes Toward The Use Of Animals In Tourist Attractions: An Empirical Investigation" adlı doktora tezinde kullandığı ölçek ile Thompson ve Barton'ın (1994) "Ecocentric and Anthropocentric Attitudes Toward The Environment" adlı çalışmasında ilk defa kullanılan ölçek dikkate alınarak oluşturulmuştur. Ölçekte, ziyaretçilerin hayvanlara ve hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algısı, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin kabul etme düzeyleri ve hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin muhtemel ziyaretleri olmak üzere dört temel boyut bulunmaktadır. Söz konusu boyutlar ise toplam 12 alt boyuttan meydana gelmektedir. Elde edilen veriler, frekans ve yapısal eşitlik modeli ile analiz edilerek sonuçlar değerlendirilmiştir. Faktör ve regresyon analizinin bir kombinasyonunu içerisinde barındırdığı için (Kline 2015), YEM'in bu araştırma için uygun olacağı düşünülmüştür. Araştırmanın ana kütlelini Türkiye'de bulunan hayvan odaklı çekicilikleri ziyaret edenler oluşturmaktadır. Ancak, tüm ziyaretçilere ulaşılması mümkün olmadığından örnekleme yapılmış ve örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme metodu tercih edilmiştir.

Çalışmanın nitel ayağında yer alan yarı yapılandırılmış görüşme formunda ise işletmeyi tanımaya yönelik sorular, o işletme ile hayvanlar arasındaki ilişkiye dair sorular, o işletmeye gelen ziyaretçiler ile hayvanlar arasındaki ilişkiye yönelik sorular ile toplumsal farkındalık, hayvan hakları örgütleri ile olan ilişkiler, denetim ve halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik sorular yer almaktadır. Söz konusu sorulardan elde edilen veriler ise araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenmiş ve betimsel analiz yoluyla değerlendirilmiştir.

Çalışmada her iki yöntemin de kullanılmasının nedeni, arz ve talep boyutunda bir karşılaştırma yaparak, hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen

metalaştırma süreçlerine ilişkin daha sağlıklı bir bilimsel bilgi ortaya koymayı amaçlamaktır. Böylelikle hem arzı sunanlar hem de talebi oluşturanlar açısından hayvanların turizm sektöründe meta olarak kullanılmasının karşılaştırmalı bir eleştirisi yapılabilmektedir.

#### **Araştırmanın Temel Sorunsalı ve Hipotezlerin Oluşturulması**

Araştırmanın temel sorunsalı ya da sorusu "Hayvan odaklı turizm faaliyetine katılmanın ya da bu faaliyetler içerisindeki zevk ve tercihlerin ahlaki yükü, hayvanların metalaştırılması karşısındaki ahlaki yüke ağır mı basıyor?" şeklinde bir felsefi düşünümünden hareketle turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunu arz ve talep boyutu ile irdelemektir. Bu bağlamda, araştırmanın talep boyutunda (nicel) dört hipotez ortaya konulmuş ve YEM modelindeki sonuçlara göre sınanmıştır. Söz konusu hipotezler;

- H1: Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına yönelik algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algısı azalmaktadır.
- H2: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algıları artarken, esaret altında olan hayvanların bulunduğu turizm çekiciliklerini kabul edilebilir bulmaktadırlar.
- H3: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algıları artarken, performans sergileyen hayvanların bulunduğu turizm çekiciliklerini kabul edilebilir bulmaktadırlar.
- H4: Ziyaretçilerin hayvanların buldukları ortama yönelik algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algısı azalmaktadır.

Oluşturulan dört hipotez bütünsel olarak, yukarıda ifade edilen sorunun talep boyutunda cevabını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylelikle arz boyutunda (nitel) hayvan odaklı turizm işletmeleri yöneticilerinin vermiş oldukları cevaplar ile talep boyutunda (nicel) ortaya çıkan cevaplar, turizmin genel olarak hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunun düzeyini göstermiş olacaktır.

#### **ANALİZ VE BULGULARIN YORUMLANMASI**

Hayvan odaklı turizm işletmeleri yöneticileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler arz boyutu altında; söz konusu bu işletmelere gelen ziyaretçilere uygulanan anketlerden elde edilen veriler ise talep boyutu altında değerlendirilmiştir.

#### **Arz Boyutu**

Araştırmanın nitel yani bir başka ifadeyle arz boyutunu hayvan odaklı turizm işletmeleri yöneticileri ile yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler oluşturmaktadır. Bu görüşmeler neticesinde elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla dört aşamada ortaya konulmuştur.

- Görüşme yoluyla elde edilen veriler (1) mevcut durum, (2) etik durum, (3) dış çevre altında düzenlenmiştir.
- Elde edilen veriler okunmuş, düzenlenmiş ve mantıklı bir biçimde bir araya getirilmiştir. Daha sonra söz konusu temalara ilişkin veriler işlenerek, sonuç kısmında frekans tablosu şeklinde yer verilen doğrudan alıntılar seçilmiştir.
- Üçüncü aşamada, veriler daha kolay anlaşılabilir bir dille tanımlanmıştır.
- En son aşamada ise elde edilen bulgular yorumlanarak, neden-sonuç ilişkileri temelinde hem etik kuramlar açısından hem de meta üretiliminin eleştirel tahlili ile değerlendirilmiştir.

Söz konusu aşamalardan sonra ortaya çıkan üç ana tema altında 10 alt tema bulunmaktadır. Bunlar; 1) mevcut durum (işletme türü, işletmenin kuruluş tarihi, uluslararası üyelik, ortalama ziyaretçi sayısı); (2) etik durum (işletme-hayvan, işletme-ziyaretçi, ziyaretçi-hayvan ilişkisi) (3) dış çevre (işletme-toplum, işletme-STK, işletme-devlet ilişkisi) şeklindedir. Görüşme yapılan işletme yöneticilerinin verdiği bilgiler doğrultusunda "mevcut durum" teması altında ortaya çıkan durum Tablo 2'de ayrıntılı olarak verilmektedir.

Bu bilgiler ışığında etik durum ve dış çevre olarak adlandırılan diğer iki kategori altında hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin aktörleri konu-

Tablo 2. Görüşme Yapılan Hayvan Odaklı Turizm İşletmelerinin Mevcut Durumu

<i>İşletmeler</i>	<i>Kuruluş Tarihi</i>	<i>İşletme Tipi</i>	<i>Üyelik</i>	<i>Ort. Ziyaretçi Sayısı</i>	<i>Hayvan Sayısı</i>
Dolphinarium 1	2008	Özel	-	Yıllık 1 Milyon kişi	1 Mors, 1 Fok, 2 Yunus ve 1 Beyaz Balina
Dolphinarium 2	2010	Özel	-	Yaz Sezonu boyunca 35- 40 bin kişi	4 Yunus, 1 Fok, 1 Deniz Aslanı
Dolphinarium 3	2006	Özel	-	Yıllık 200 bin kişi	4 Yunus, 2 Beyaz Balina, 1 Mors
Dolphinarium 4	2013 (tekrar açıldı)	Özel	-	-	3 Yunus
Dolphinarium 5	2007	Özel	-	-	5 Yunus
Hayvanat Bahçesi 1	2001	Kamu	-	Yıllık 2.5 Milyon kişi	264 türde 6814 hayvan
Hayvanat Bahçesi 2	1990	Kamu	-	Yıllık 350 bin kişi	200'ün üzerinde hayvan
Hayvanat Bahçesi 3	1993	Özel	EAZA	Yıllık 750 bin kişi	286 türde 3600'den fazla hayvan
Doğal Yaşam Parkı	2008	Kamu	EAZA	Yıllık 1 Milyon kişi	130 türde 1500'den fazla hayvan
Akvaryum 1 + Vahşi Yaşam Parkı	2012	Özel	-	Yıllık 1 milyon Kişi	Toplam 40 binin üzerinde kara ve deniz canlısı
Akvaryum 2	2012	Özel	-	Yıllık 500 bin kişi	12 bin deniz canlısı
Akvaryum 3	2009	Özel	WAZA	Yıllık 600 bin kişi	15 bin deniz canlısı
Akvaryum 4 + Vahşi Yaşam Parkı	2011	Özel	WAZA	Yıllık 2 milyon kişi	Toplam 15 bin kara ve deniz canlısı
Akvaryum 5	2014	Özel	-	1,5 yıl içerisinde toplam 1 milyon kişi	2150 deniz canlısı
Vahşi Yaşam Parkı	2015	Özel	-	Hedef yıllık 1 milyon kişi	100 farklı türde 150'den fazla hayvan
Hayvan Temalı Park 1	2011	Özel	-	Yıllık 300 bin kişi	Canlı hayvan bulunmamaktadır. Bire bir boyutlarda dinazor simülasyonları vardır.
Hayvan Temalı Park 2	2012	Özel	-	Yıllık 100 bin kişi	Bire bir boyutlarda dinazor simülasyonları vardır.

munda olanların birbirleriyle olan ilişkileri ve bu ilişki ağının hayvanların metalaştırılması açısından nasıl bir rol oynadığı irdelenmiştir. İşletme – hayvan ilişkisi, işletme – ziyaretçi ilişkisi, ziyaretçi – hayvan ilişkisi etik durumu açıklamak üzere belirlenen kategoriler, işletme – toplum, işletme – STK ve işletme – devlet ilişkisi ise dış çevreyi açıklamak üzere belirlenen kategoriler olmuştur. Bu kategoriler işletme bakış açısıyla hayvanların ahlaki ve hukuki değerini ortaya koymaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular içerisindeki en dikkat çekici nokta o işletmenin birer öznesi konumunda olan hayvanların gerek işletme politikalarında gerekse devlet politikalarında tam anlamıyla ahlaki bir statüye sahip olmamalarıdır. Her ne kadar belli ölçüde bir toplumsal farkındalık var olsa da bu iki mekanizmayı hayvanlara dair ahlaki ve yasal sorumluluktan uzaklaştıran

üçüncü önemli unsur ise söz konusu işletmelere giden ziyaretçilerdir. Başka bir deyişle talebi yaratanlardır.

#### Talep Boyutu

Araştırma kapsamında ulaşılan 388 katılımcıdan 210'u erkek (%54,1), 178'i ise kadındır (%45,9). Katılımcıların %77,6'sı, başka bir deyişle 301 kişi evli olduğunu, 87 kişi ise bekâr olduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra, 18 yaşından küçük tek çocuğu olanların oranı %34,3 (133 kişi), birden fazla çocuğu olanların oranı ise %39,2'dir (152 kişi). Bu bağlamda, hayvan odaklı turizm çekiciliklerini ziyaret edenlerin profili daha çok evli ve çocuklu ailelerdir. Hayvan odaklı turizm faaliyetlerini daha çok talep eden ziyaretçilerin profili genel hatlarıyla; evli, 18 yaşından küçük bir ya da birden fazla çocuğu olan, daha çok özel

sektörde çalışan, eğitim ve gelir seviyesi yüksek, 25 – 45 yaş aralığında kişilerdir. Bu durum, hayvan odaklı çekiciliklerin çocuklar için bir eğitim aracı olarak algılandığını, aileler için çocuklarıyla bir şeyler paylaşabildiği bir boş zaman etkinliği olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle hayvan odaklı turizm faaliyetleri çoğunlukla aile odaklı bir deneyimi yansıtmaktadır. Hayvan odaklı turizm işletmelerini ziyaret edenlerden elde edilen veriler neticesinde, ortaya çıkan durum ise Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Söz konusu model Şekil 1’de verilmektedir.

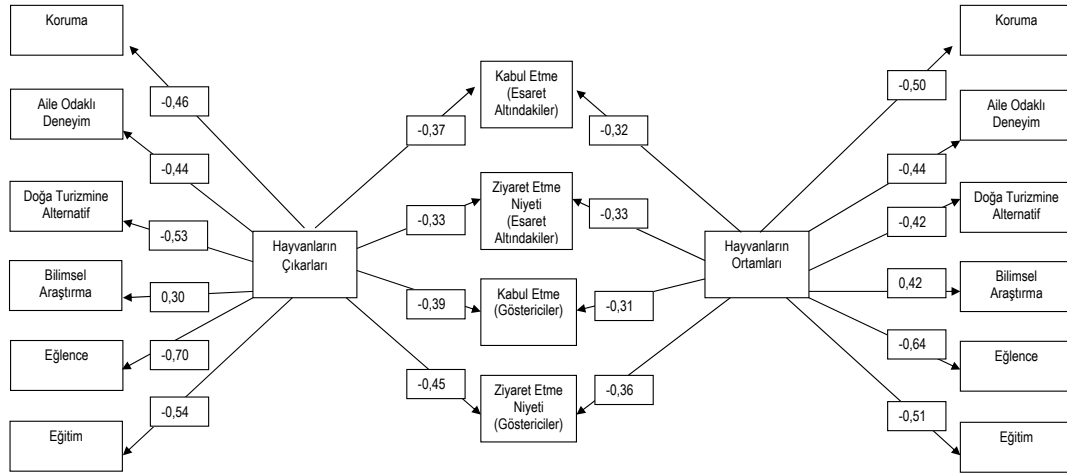
Görüldüğü üzere, ziyaretçilerin hayvanlara yönelik algılamalarının nedensel boyut olarak düşünüldüğü iki boyut (hayvan çıkarı, hayvan ortamı) tek tek ele alınarak, hayvan odaklı turizm çekiciliği ölçeğinde yer alan altı boyut (koruma, aile odaklı deneyim, doğa turizmüne alternatif, bilimsel araştırma, eğlence ve eğitim) ile ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte modele, ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerini kabul etme düzeyleri ve bu çekiciliklere ilişkin muhtemel ziyaret niyetleri de dâhil edilmiştir. Şekil 1’de de görüldüğü gibi toplam 12 boyutta turizm sektöründe turist/ziyaretçi – metalaştırılan hayvanlar ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda başlangıçta oluşturulan hipotezler (toplam dört hipotez) ile sonuçlar karşılaştırılmıştır.

Söz konusu hipotezlerin irdelendiği çalışmada, modele yönelik elde edilen uyum ölçütleri ise;  $\chi^2=142,26$  df.=39;  $\chi^2/df=3,64$ , RMSEA=0,080, NFI=0,96, NNFI=0,96, CFI=0,97, IFI=0,97, RFI=0,94, GFI=0,94, RMR=0,048’dir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Şekil 2’de yer alan YEM sonuçlarına göre, özellikle hayvanların çıkarları ve hayvanların buldukları ortam dikkate alındığında, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilir bulunma düzeyi ile söz konusu çekiciliklere yönelik algı azalmaktadır. Diğer bir ifadeyle hipotezlerin tamamı kabul edilmiş olup, bilimsel araştırma hariç *t* değerlerinin negatif yönlü 0,30’un üzerinde olduğu YEM’de gösterilmektedir. Bu durum talep boyutunda hayvanların çıkarlarının ve buldukları ortamların önemsendiği, ancak tam

anlamıyla hayvanlara yönelik bir ahlaki statünün de var olmadığı şeklinde bir çıkarımı işaret etmektedir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışmanın çıkış noktası olan ve felsefi zeminde giriş kısmında belirtilen “Hayvan odaklı turizm faaliyetine katılmanın ya da bu faaliyetler içerisinde zevk ve tercihlerin ahlaki yükü, hayvanların metalaştırılması karşısındaki ahlaki yüke ağır mı basıyor? temel sorusu yeniden düşünüldüğünde, çalışmanın kümülatif olarak bu soruya verdiği yanıt hem felsefi tartışmalar hem de elde edilen sonuçlar neticesinde büyük ölçüde evet yönündedir. Nitekim hem talep hem de arz boyutunda ortaya çıkan araştırma bulguları hayvanların birer turistik çekicilikten ibaret olduklarını (talep boyutu) ve birer meta olarak görüldüğünü (arz boyutu) göstermektedir. Az sayıda da olsa, uluslararası yazında turizm-hayvan etiği bağlamında yapılan çalışmalar da söz konusu soruya ilişkin benzer cevaplar vermektedir (Hughes 2001; Ballantyne vd. 2007; Cohen 2009; Linke and Winter 2011; Fennell 2011; 2012; Fennell 2013; Markwell 2015). Örneğin Linke ve Winter’ın (2011) hayvanat bahçelerini ziyaret edenler üzerinde yaptıkları çalışmada, ziyaretçilerin hayvanat bahçelerini ziyaret etmelerinin temel nedeninin “eğlence” olduğu sonucuna varılmıştır. Yine Cloke ve Perkins’in Yeni Zelanda’da yaptıkları çalışmada (2005), katılımcıların yunusları görmek ve onlar ile yüzmenin eşsiz bir deneyim olduğu yönündeki düşüncelerinin eğlence boyutu ile ilgili olduğu ifade edilmektedir. Fennell (2011, 2012, 2013) ise turizm sektöründe hayvanların yaşamın birer öznesi olarak görülmediğinden dolayı hayvanların eğlence, eğitim ya da deneyim temelinde metalaştırıldığını vurgulamaktadır. Fennell’in ifade etmiş olduğu durum aslında hayvan etiği teorisyenlerinin ifade ettikleri ile paralellik göstermektedir (Singer 2002; Regan 2007; Francione 2008). Nitekim Singer, Regan ve Francione sırasıyla hayvanların acı çekip çekmemesi, yaşamın öznesi olarak var olma ya da eşit gözetilme ilkesinden yola çıkarak hayvanların da insanlar gibi ahlaki bir statüleri-



Şekil 1. Talep Boyutunda Hayvan Odaklı Turizm Faaliyetlerine Yönelik YEM Modeli- T Değerleri

Şekil 1. Talep Boyutunda Hayvan Odaklı Turizm Faaliyetlerine Yönelik YEM Modeli- T Değerleri

nin olması gerekliliğini savunmaktadırlar. Dolayısıyla insan-hayvan etkileşiminin yoğun olduğu turizm sektöründe de hayvanlara yönelik yapılacak meta eleştirel yaklaşımın temelinde bu felsefi teoriler yatmaktadır.

İşletmeler, hayvanlar, ziyaretçiler, devlet politikaları, sivil toplum kuruluşları ve toplumun kendisi hayvan odaklı yaratılan turizm çekiciliklerinde rol oynayan aktörler şeklinde sıralanmaktadır. Bu aktörler içerisinde tek yasal hakkı olmayanlar ise metalaştırılan hayvanlardır. Ayrıca ister Singer'ın faydacı yaklaşımı açısından ister Francione'nin eşit gözetilme ilkesi açısından, ister Regan'ın yaşamın öznesi olma ilkesi açısından değerlendirilsin turizmde metalaştırılan hayvanların yasal hakkı olmadığı gibi ahlaki değeri de bulunmamaktadır. Öyle ki zaten ahlaki değerden yoksun bir canlının da yasal bir hakkının olabileceği düşünülemez. Diğer yandan ise hayvanların yasal haklarının olması ahlaki olarak değer görecekleri ya da ahlaki statü elde edebilecekleri anlamına da gelemez. Hem ahlaki statü hem de yasal hak birbirinden ayrılmadan, birbirlerinin fonksiyonları şeklinde ele alınmalıdır ki ancak bu sayede turizmde kullanılan hayvanların yalnızca birer meta olarak görülmelelerinin önüne geçilebilir. Bu da hayvan odaklı turizm işletmelerinin dış çevresi kategorisi altında

sözü edilen işletme – toplum, işletme – devlet ve işletme – STK ilişkilerinde hayvanlar lehine ortaya çıkabilecek bir tutum ile mümkün olabilir. Söz konusu bu tutumda daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi hayvan odaklı turizm talebini yaratan ziyaretçiler üzerinde etkili olarak hayvan odaklı turizm arzının değişimine ya da dönüşümüne neden olabilecektir. Bu bağlamda, hayvan hakları örgütlerinin (STK'lar) hayvan özgürleşmesi, hayvanların ahlaki statüsü yönünde yapacağı faaliyetler toplumsal farkındalığı artırarak devlet mekanizmalarının işleyişinde yani yasaları yapanlar üzerinde baskı yaratacaktır. Bu olumlu baskı devletin de hayvanları koruma yasası yerine onları duyguları olan birer canlı varlık olarak kabul etmesini ve hayvan hakları yasasının çıkarılması konusunda adım atmasını sağlayacaktır. Bu durum, hem artan toplumsal farkındalık sayesinde hayvanların da ahlaki statülerinin olması gerektiğini gösterecek hem de ahlaki statülerinin olması gerekliliği yasal haklarının da olmasının önünü açacaktır. Böylelikle hayvanların turizmde yalnızca birer meta olarak görülmesinin de meşru zemini ortadan kalkacaktır. Aksi takdirde, Smith ve Duffy'nin ifadesi ile turizm ahlaki dahi satın almaya çalışan bir endüstriden öteye geçemez (Holden 2004).

## KAYNAKÇA

- Ballantyne, R., Packer, J., Hughes, K. ve Dierking, L. (2007). Conservation Learning in Wildlife Tourism Settings: Lessons From Research in Zoos And Aquariums, *Environmental Education Research*, 13 (3): 367-383.
- Beardsworth, A. ve Bryman, A. (2001). The Wild Animal in Late Modernity: The Case of The Disneyization of Zoos, *Tourist Studies*, 1 (1): 83-104.
- Bulbeck, C. (1999). The Nature Dispositions of Visitors to Animal Encounter Sites in Australia and New Zealand, *The Journal of Sociology*, 35 (2): 129-148.
- Cloke, P. ve Perkins, H. C. (2005). Cetacean Performance and Tourism in Kaikoura, New Zealand, *Environment and Planning D: Society and Space*, 23 (6): 903-924.
- Cohen, E. (2009). The Wild and The Humanized: Animals in Thai Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (1): 100-118.
- Fennell, D. A. (2011). *Tourism and Animal Ethics*. New York: Routledge.
- Fennell, D. A. (2012). Tourism and Animal Right, *Tourism Recreation Research*, 37 (2): 157-166.
- Fennell, D. A. (2013). Tourism and Animal Welfare, *Tourism Recreation Research*, 38 (3): 325-340.
- Fennell, D. A. (2015). The Status of Animal Ethics Research in Tourism: A Review of Theory. İçinde; Kevin Markwell (Editör) *Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships* (ss. 27-43), Londra: Channel View Yayınları.
- Francione, G. L. (2008). *Hayvan Haklarına Giriş: Çocuğunuz mu Köpeğimize mi?* (Çev. Renan Akman ve Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hall, D. R. ve Brown, F. (2006). *Tourism And Welfare: Ethics, Responsibility And Sustained Well-Being*. Londra: CAB.
- Hall, D., Roberts, L., Wemelsfelder, F. ve Farish, M. (2003). Animal Attractions, Welfare and The Rural Experience Economy. İçinde; Derek Hall ve Morag Mitchell (Editörler) *New Directions in Rural Tourism* (ss. 90-101). Londra: Ashgate.
- Holden, A. (2004). *Tourism Studies and The Social Sciences*. Londra: Routledge.
- Hughes, P. (2001). Animals, Values and Tourism-Structural Shifts in UK Dolphin Tourism Provision, *Tourism Management*, 22 (4): 321-329.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4. Baskı). New York: Guildford Yayınları.
- Krejcie, R. V. ve Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size For Research Activities, *Educational and Psychological Measurement*, 30 (3): 607-610.
- Linke, S. ve Winter, C. (2011). Conservation, Education or Entertainment: What Really Matters to Zoo Visitors?, İçinde; Warwick Frost (Editör) *Zoos and Tourism* (ss. 69-81). New York, Channel View Yayınları.
- Markwell, K. (Ed.) (2015). *Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships*. Londra: Channel View Yayınları.
- Regan, T. (2007). *Kafesler Boşalsın: Hayvan Haklarıyla Yüzleşmek* (Çev. Serpil Çağlayan). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sekaran, U. ve Bougie, R. J. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Shani, A. (2009). *Tourists' Attitudes Toward The Use of Animals in Tourist Attractions: And Empirical Investigation* (Basılmamış Doktora Tezi). Department of Educational Research, Technology, and Leadership in the College of Education, Orlando: University of Central Florida.
- Singer, P. (2002). *Hayvan Özgürleşmesi* (Çev. Hayrullah Doğan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Thompson, S. C. G. ve Barton, M. A. (1994). Ecocentric and Anthropocentric Attitudes Toward The Environment, *Journal of Environmental Psychology*, 14 (2): 149-157.



### S. Emre DİLEK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nden 2009 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından 2012 yılında, doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından 2016 yılında aldı. 2012 yılından itibaren Batman Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Halen Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları turizm ve hayvan etiği, turizm sosyolojisi, sürdürülebilir turizm ve yeşil pazarlamadır.



### Ebru GÜNLÜ-KÜÇÜKALTAN

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden 1998 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından 2000 yılında, doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından 2003 yılında aldı. Dokuz Eylül Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Doçentlik unvanını Yönetim ve Organizasyon alanında 2011 yılında aldı. Profesörlüğe Dokuz Eylül Üniversitesi'nde 2016 yılında yükseltildi. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları insan kaynakları yönetimi, yönetim ve organizasyon, stratejik yönetim ve turizm sosyolojisidir.

## Bilgi İfşası (Whistleblowing) ve Etik İkilem Üzerine Çıkarımlar

*Inferences On Whistleblowing And Ethical Dilemmas*

**Meryem AKOĞLAN KOZAK\*, Sibel ŞAHİN\*\***

\*Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Yunusemre Kampusu, 26470, Eskişehir.

E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0577-1843

\*\*Araş. Gör., Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Yunusemre Kampusu, 26470 Eskişehir.

E-posta: sibel\_sahin@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5637-9118

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 25 Ocak 2018

Düzeltilme: 1 Şubat 2018

Düzeltilme: 12 Şubat 2018

Kabul: 28 Şubat 2018

**Anahtar sözcükler:** Bilgi ifşası, Etik, Etik ikilem, Turizm.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 25 January 2018

Resubmitted: 1 February 2018

Resubmitted: 12 February 2018

Accepted: 28 February 2018

**Key words:** Whistleblowing, Ethic, Ethical dilemma, Tourism.

### ÖZ

Bilgi ifşası, işletmelerde yaşanan ahlâk, yasa ve etik dışı eylemlerin yetkililere bildirilmesidir. Turizm faaliyetlerinin çok kültürlü yapısı, işletmelerin insan yoğun ve çevresel faktörlere dayalı hizmet üretimi zaman zaman turist, çalışan ve işletmeler bağlamında ifşa edilebilecek yasa ve etik dışı uygulamaları ortaya çıkarmaktadır. Kişiler sessiz kalarak bilgi ifşasının yarattığı örgütsel ve bireysel sorunlardan kaçınmaktadır. Bu bağlamda etik ikilem, bilgiyi ifşa etmek ya da etmemek arasındaki kararsızlık durumudur. Çalışmada, turizmde bilgi ifşası ve buna bağlı yaşanan etik ikilemlerle ilgili kavramsal çıkarımlara ulaşılması amaçlanmaktadır. Çalışma, etik ikilemle bilgi ifşası ilişkisini inceleyen ampirik araştırmaların gerekliliğini belirtmesi yanında, bulguların toplu bakış açısıyla değerlendirilmesini sağlaması açısından da önemlidir. Bu amaçla, bilgi ifşası ve etik ikilem alanyazınındaki araştırmalar incelenmiştir. Sonuç olarak, turizmde ifşa davranışı, bireysel ve örgütsel eğilim, örgüt içi iletişim, işini kaybetme korkusu ve çevresel duyarlılıklara göre ortaya çıkarken etik sorunlar ise genellikle işletme içi, çevre koruması ve insan ilişkilerinde ortaya çıkmaktadır. Etik ikileme yönelik bir bulguya ise rastlanmamıştır.

### ABSTRACT

Whistleblowing can be defined as notification of immoral, illegal and unethical actions that happen in enterprises to respective authorities. Multicultural structure of tourism activities and production of service based on people and environmental factors occasionally lead to illegal and unethical applications in terms of tourist, employees and enterprises. People keep silent and avoid from individual and organizational problems caused by whistleblowing. In this context, ethical dilemma can be stated as indecision in terms of whether to blow the whistle. In the study, it is aimed to achieve conceptual implications related to whistleblowing in tourism and ethical dilemmas. The study is important due to indicating the necessity of empirical researches which examine the relationship between ethical dilemma and whistleblowing, and providing evaluation from integrated perspective. With this aim, a literature review was conducted in the fields of whistleblowing and ethical dilemma. As a result, while the whistleblowing behaviour in tourism depends on individual and organizational tendency, communication climate in the organization, fear of job loss and environmental sensitivities, ethical problems mostly occur in human relations, environmental protection and intrabusiness. Additionally, there is not any finding obtained about ethical dilemma.

## GİRİŞ

Bilgi ifşası, en kısa tanımıyla örgüt içinde ahlâka aykırı birtakım davranışların, örgüt üyeleri tarafından açıklanması anlamına gelmektedir (King 1999: 315). İşletmelerin amaçlarına ulaşmada engel teşkil edecek yasa dışı, etik dışı veya ahlak dışı olumsuz durumların işletme içinde veya dışında bulunan yetkili kişilere bildirilme-

si, bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde önem taşımaktadır. İşletmelerde meydana gelen yanlış uygulamaların önüne geçilmesine ilişkin etkili bir yöntem olarak ifade edilen bilgi ifşası kamu ya da özel olarak bir ayırım olmaksızın tüm işletmelerde görülebilmektedir. Bununla birlikte, toplumda bilgi ifşasında bulunan kişiye karşı olumsuz bir algı oluşmakta ve yaptırımlar uygulanmaktadır.



Turizm alanyazınında ve sektörde etik sorunlar sıklıkla ele alınmasına rağmen, yaşanan etik ikilem durumuna ilişkin doğrudan bir araştırma bulgusuna rastlanamamıştır. İlgili alanyazında etik sorunlar ve çözüm önerileri açıklanırken yaşanan zorluklar ve engellerden bahsedilmektedir. Buradan aslında örtülü bir etik ikilem durumu yaşandığı çıkartılabilir. Bilindiği gibi turizm sektöründe insan ilişkileri yoğunudur ve işletme paydaşları çok çeşitlidir. Bu fazla ilişki ağının her zaman iyi yönetilememesi, sık sık etik sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Aldatıcı ve yanıltıcı nitelikteki tanıtıcı bilgiler, fiyatlandırma, fazladan rezervasyon, genel ahlak kurallarına aykırı eğlence türleri, sosyal ve kültürel farklılıklardan doğan uygulamalar ve bunlara ek olarak, turizm alanında sıklıkla adı geçen getiri yönetimi ile ilgili sorunlar, iş ve işveren ilişkilerinde çalışanların haklarının korunmaması, kaçak işçi çalıştırma, rüşvet, fonların yasa dışı yollardan transferi, alkol ve uyuşturucu kullanımı, bahşişlerin gelir olarak kayda geçmemesi dikkat çeken diğer etik sorunlardır (Akan 2007: 10). Bu tür etik sorunların giderilmesi için kişi/kişilerin her zaman yetkili kişiler olmayacağı düşünüldüğünde, bu sorunların ya işletme içinde ya da işletme dışındaki kişilere/kurumlara bildirilmesi gerekmektedir. Bilgi ifşası veya "whistleblowing" olarak bilinen bir sorun bildirme eyleminde bulunma ya da bulunmama kararı/kararsızlığı ise aslında, bir etik ikilemdir. Çünkü bu süreçte kişi, bu sorunu bildirmek istese de işten çıkarılma, dışlanma, tehdit alma gibi istenmeyen durumlarla karşı karşıya kalacaktır. Durumun böyle bir önem ve hassasiyet arz etmesine bağlı olarak planlanan bu çalışmada, öncelikle ifşa ve etik konusu turizm alanyazını üzerinden ele alınacaktır.

Bu amaçla çalışmada, öncelikle, turizmde bilgi ifşa etme ve turizmde etik alanyazınında yer alan çalışmalar gözden geçirilerek, incelenen konuların ağırlıklı olarak hangi alanlarda topladığına bakılmıştır. Etik sorun ve konu ile ilgili çözüm önerileri bağlamında çok sayıdaki çalışmaya rağmen, bilgi ifşası sürecinde yaşanan etik ikilem konusunun doğrudan incelendiği bir araştırma bulgusuna rastlanmamıştır. Ancak, konuyla ilgili diğer alanlardaki ikilem çalışmaları ve turizmde yaşanan etik sorunlar konusu birlikte değerlendirilerek, ifşa etme/etmeme eksenindeki etik ikilem durumuna dikkat çekmeye çalışılacaktır.

dirilerek, ifşa etme/etmeme eksenindeki etik ikilem durumuna dikkat çekmeye çalışılacaktır.

## BİLGİ İFŞASI (WHISTLEBLOWING) KAVRAMI

Whistleblowing kavramı, ilk kez 1963 yılında hukuki bir belgede kullanılmıştır. Sözcüğün kökeninde İngiliz polislerinin suç olaylarına karşı halkı ve diğer polisleri uyarmak için düdük çalması yatmaktadır (Hersh 2002: 243). Whistleblowing kavramının ortaya çıkmasında Enron'da şirket çalışanlarının, çalıştıkları şirkette yapılan muhasebe hilelerini ortaya çıkarmasının etkisi büyüktür. Yaşanan bu olaydan sonra akademik alanyazında kavramla ilgili çalışmalar yoğunluk kazanmaya başlamıştır. Whistleblowing yabancı alanyazında "yanlış uygulamalar" şeklinde karşılık bulan "organizational wrongdoing", "organizational misconduct", "malpractise" gibi kavramlarla da ifade edilmektedir (Aktan 2006: 1). Gerçek (2005: 30) bilgi ifşasının; iddia edilen bir suç (sahtekârlık, hırsızlık), ayrımcılığı (ırk, din, milliyet, cinsiyet vb.), bir yasaya, bir düzenlemeye, bir devlet politikasına, ahlaki değerlere, etik kurallara veya terbiyeye aykırı durumu veya toplum sağlığını ve güvenliğini tehlikeye sokan durumları açığa çıkarmak için yapıldığını ifade etmektedir. TDK "suçlu saydığı birini veya suç saydığı bir olayı yetkili makama gizlice bildirme, ele verme" olarak tanımlamakta ve ihbar kavramını ise "gizli bir şeyi açığa çıkarma, yayma" olarak açıklamaktadır (T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu 2018). İki benzer tanım dikkatlice incelendiğinde Türkçede ifşa ile ihbar kavramlarının benzer oldukları ve birbirlerinin yerine kullanılabileceği söylenebilir. Her iki kavramın açıklanmasında da suç duyuru yanında, etik dışı ve ahlak dışı durumlara da vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu bilgilere dayanarak bu çalışmada, "whistleblowing" kavramının Türkçe karşılığı olan "ifşa" kavramını kullanılmasına karar verilmiştir.

Bilgi ifşası, en genel tanımlama ile bir örgütte daha önce çalışmış ya da halen çalışmakta olan kişiler (Near ve Miceli 1985) veya paydaşlar tarafından örgüt içinde bulunanlara ve başka örgütlere zarar vermemesi için (Aktan 2006) yasa dışı, etik dışı veya kurallara uymayan davranışları

(Near ve Miceli 1985) yolsuzluk, hukuka aykırılık ya da ihmal niteliği taşıyan eylemlerin (Aydın 2002) ahlaki bir protesto olarak (Chiu 2003) iç ve dış otoritelere bildirilmesidir. Bilgi ifşasının, gönüllülük esasına dayanan, kişisel çıkar gözetmeden, iyi niyetli olarak kamu yararı ve toplum yararı gözetilerek herhangi bir kişi veya kurumdan izin almaksızın bilinçli olarak gerçekleşmiş olması en sık rastlanan özellikleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, ifşada bulunan kişinin geçmişte veya şu anda örgütün bilgilerine erişme hakkı bulunan bir kişi olması da olmazsa olmaz koşullar arasında sayılmaktadır (Arslan ve Kayalar 2017: 16). Bilgi ifşa sürecinde ilk aşama, öncelikle örgüt içinde yer alan bir üst yöneticiye başvurmak olmalıdır. Eğer bildirilen soruna duyarsız kalırsa örgütte bulunan diğer kademe yöneticilerine başvurulmalı veya örgüt içinde etik ile ilgili görevliye ya da örgüt içinde yasa dışı veya etik dışı iddiaları soruşturacak ve rapor edecek ombudsman bürosu'na durum bildirilmelidir. Bu aşamalardan sonra soruna dair herhangi bir şey yapılmadığı durumlarda ise örgüt dışındaki kişi ya da kurumlarla iletişime geçmek düşünülmelidir (Trevino, Nelson 2004'den aktaran Özler, Şahin ve Atalay 2010: 172).

Near ve Micelli (1985: 4) bilgi ifşası sürecini, dört aşamada ifade etmektedir; ilk olarak bilgi ifşasında bulunacak kişinin, gözlemediği durumun gerçekten yasadışı, ahlakdışı veya kuraldışı olup olmadığına karar vermesidir. İkinci aşama yanlış olduğu düşünülen durumun yetkililere bildirilip bildirilmeyeceğine karar verilmesidir. Üçüncü aşama da karar vermek durumunda kalan ifşanın yapıldığı örgüttür. Örgütün, ifşaya konu olan duruma müdahale edip etmeyeceği kararını vermesidir. Dördüncü aşama, örgütün bilgi ifşasında bulunan kişi ile ilgili vereceği karardır. Bu aşamada, ifşa eden kişi görmezden gelebilir veya etkisiz hale getirilebilir.

Bilgi ifşası birçok konuda yapılabilmektedir. Üretilen ürünlerde sağlığa zararlı maddeler kullanılmasına rağmen durumun gizlenmesi, yapılan ameliyatlarda normalin üzerinde ölüm olmasına rağmen konunun incelenmemesi, insan hakları, rüşvet, muhasebe kayıtlarında sahtekârlık gibi mali nitelik taşıyan suçlar, çalışan güvenliği

gibi insan hakları ihlali, işletme kayıtlarının gerektiği şekilde incelenmemesi, denetimde ihmallerin yaşanması, araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan bazılarının görmezden gelinmesi, üretimin gerçekleştiği çevrede su kaynakları kirliliği, hava kirliliği veya radyasyon tehlikesi olması örnek olarak gösterilebilir (Aydın 2002: 85-86). Bilgi ifşa sürecini başlatan kişi İngilizce alanyazında "whistleblower" olarak adlandırılırken Türkçe literatürde "ifşacı" olarak kullanılmaktadır. Ifşacı, çalıştıkları örgütte yaşanan görevi kötüye kullanma veya yetersizlik gibi durumları kapsayan ihmal, istismar veya tehditleri ortaya çıkaran kişilerdir (Ray 2006: 438). Ifşa eyleminin gerçekleşmesi sonucu ifşacı terfi, maaş zammı, ikramiye gibi olumlu sonuçlarla karşılaşabileceği gibi ifşa davranışından dolayı örgüt tarafından misillemeye maruz kalma, ücrette kesinti yapılması, ispiyoncu, hain gibi yakıştırmalarda bulunulması, ikili ilişkilerin zayıflaması ve işten çıkarılma gibi olumsuz durumlarla da karşılaşabilmektedir (Arslan ve Kayalar 2017: 18).

Ifşa etmenin yol açacağı bazı örgütsel ya da bireysel sorunlara bağlı olarak çalışanların örgüt içinde etik dışı, yasa dışı veya kural dışı durumlarla karşılaştıklarında bu durumu bildirmeleleri veya sessiz kalmaları söz konusu olmaktadır. Bu kararda; bireyin kişisel özellikleri ve kültürel değerleri, örgüt yapısı, kültürü ve politikası, yasal düzenlemeler, yönetime duyulan güven, karşılaşılan duruma ait özellikler, topluma verdiği zararın derecesi, yeterli kanıtın bulunmaması ve eylemi kime nasıl iletceğini bilememe gibi konular etkili olmaktadır (Celep ve Konaklı 2012: 67-68). Yapılan çalışmalarda bilgi ifşa etme eyleminin etkenleri şu beş kategori altında toplanmıştır (Hassink, Vries ve Bolle 2007: 29-30): Psikolojik faktörler, kültürel ve etik faktörler, yasal faktörler, misilleme ve yanlış uygulamalardır. Bilgi ifşa davranışı ise ilk kez Park, Rehg ve Lee (2005) tarafından içsel raporlama, dışsal raporlama ve sessiz kalma olarak üç boyutlu olarak ele alınmıştır. Daha sonra başka bir çalışmada, bilgi ifşası resmi/gayri resmi ifşa, isimli/isimsiz ifşa ve örgüt içi/örgüt dışı ifşa olmak üzere farklı üç şekilde ele alınmıştır (Park vd. 2008). Celep ve Konaklı (2012) tarafından yürütülen çalışmada ise

ifşa konusu içsel bilgi uçurma, dışsal bilgi uçurma, destekleyici bilgi uçurma ve gizli bilgi uçurma şeklinde gruplandırılmıştır. Bilgi ifşa davranışında; bireysel eğilim, örgütsel eğilim, örgüt içi iletişim, işini kaybetme korkusu ve çevresel duyarlılık boyutlarının önemli olduğu, genel olarak bilgi ifşasının yöneticiler tarafından kabul edildiği, yalnızca örgüt içi iletişim boyutunda daha az olumlu algıya sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, yönetim düzeyi itibarıyla ifşa hakkındaki algıların farklılaştığı da ortaya koyulmuştur (Akoğlan Kozak ve Kayar 2006). Görüldüğü üzere ifşa konusu gerek turizm alanında ve gerekse diğer alanlarda farklı açılarda ele alınmış bir konudur. Etik konusu ile ilgisi ve ikilem yönlü çalışmaların mevcudiyetine ise sonraki başlıkta yer verilmektedir.

#### ETİK VE ETİK İKILEM

Yunanca “ethos-ethikos” sözcüğünden türetilmiş ve ahlak sistemi, gelenek görenek, karakter, insan davranışı, prensip anlamına gelen etik, kökleri en az 2500 yıl öncesine dayanan bir felsefe dalıdır (Doğan 2008: 180). Etik, insan yaşamının her alanına etki eden ve hem bireysel hem de toplumsal anlamda istenilen ve olması gereken yaşam şartlarının belirlenmesinde rol oynayan bir kavramdır (Demirhan ve Karahan 2015: 249) ve ahlaki olarak doğru ve yanlış olan inançlar bütünü ifade etmektedir (Cambridge Sözlüğü 2017). Benzer bir bakış açısıyla etik, bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar sistemi olarak tanımlanmaktadır (Hatcher 2004:358). Türk Dil Kurumu da etik kavramını çalışma yaşamı ile ilişkilendirerek, “çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü” olarak tanımlamaktadır (T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu 2018). Etik, “ahlaksal olanın özünü ve temellerini araştırıp, insanın kişisel ve toplumsal yaşamındaki ahlaksal davranışları ile ilgili sorunları ele alıp incelemektedir” (Akoğlan Kozak ve Güçlü 2006: 22).

İkilem ise “iki önermesi bulunan ve her iki önermenin vargısı olan tasım” veya “insanı isten-

meyen seçeneklerden birini, çoğunlukla iki seçenektan birini izlemeye zorlayan sorun veya usavurma durumu” olarak tanımlamaktadır (T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu 2018). İngilizcede “dilemma” olarak karşılık bulan ikilem, iki şey arasında yapmak zorunda olunan zor bir seçimi ifade etmektedir (Cambridge Sözlüğü 2017). Etik ikilem ise ikisi de ahlaki bir ilkeye aykırı olan davranış biçimleri arasından seçim yapılmasını gerektiren durum olarak tanımlamaktadır (Cambridge Sözlüğü 2017). Etik ikilemde iki veya daha fazla değer çatışma durumu söz konusudur. Çatışan bu değerlerden birinin korunması durumunda diğeri korunamamaktadır. Bir başka ifadeyle, bir değer korunabilmesi için diğerrinin göz ardı edilmesi zorunluluğu bulunmaktadır (Gartner 1994’ten aktaran Şen 2005: 361).

Son yıllarda turizm, insan haklarının önemli olduğu ve özellikle çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların da katılımının sağlanmasının teşvik edildiği bir faaliyet alanı haline gelmiştir (Turizmde Global Etik İlkeler). Fakat turizme katılmada bu grupların karşılaştıkları kimi ayrımcılıklar; mevcut küresel ilkeler ile uygulamalar arasındaki bir çelişkiye, hatta ikileme işaret etmektedir (Demir 2011: 763-767). Örneğin, engelli olma durumuna göre yaşanan ayrımcılık gibi. Sektörde çalışma durumunda da ayrımcılık söz konusu olabilmektedir. Bu süreçte işverenlerin, iş verimi ve iş güvenliğini tehlikeye attıkları gerekçesiyle olumsuz tutumlara sahip oldukları tespit edilmiştir (Aracı ve Koçak 2014: 195). Turizm yöneticilerinin, turistlerin kültürel ve dini vecibelerini yerini getirmesine yardımcı olmaları gerekmektedir. Helâl turizmin böyle bir kolaylık ve farklı bir turizm çeşidi yarattığı söylenebilir. Ancak bu turizmde Müslüman olmayan turistlerin helâl turizm işletmelerine alınmaması prensibi bazı etik sorunları beraberinde getirmektedir. Bir işletmenin sadece belirli bir gruba hizmet vermesi evrensel turizm değerleri ile çelişmekte (Karayılan, Demirkol ve Dinçer 2017: 1198) ve bir etik ikilem yaratmaktadır.

Turizm endüstrisinin doğal çevreye ve yerel halkın sosyo-kültürel değerlerine zarar vermesine karşın, topluma ekonomik kazanç sağlaması

(Aslan ve Kozak 2006: 50) etik sorunları beraberinde getirmektedir. Turizmin gelişmesinde bütün taraflar, doğal çevreyi korumakla yükümlüdür. Kültürel ve doğal çevre, bir taraftan turizmin en önemli kaynakları iken diğer yandan turizmin en önemli olumsuz etkileri de bu alanlar üzerinde olmaktadır. Bu çerçevede konaklama işletmeleri de doğal kaynakları ve kültürel varlıkları kullanırken, onların korunması ve rasyonel kullanımı konusunda gerekli özeni göstermelidir (Türker ve Uçar 2013: 160). Turizm tesislerinin planlanması, mimarisi ve işletilmesi yerel ekonomik ve sosyal dokuya entegre olacak şekilde yürütülmelidir. Turizm altyapısı ve faaliyetleri, ekosistem, bio-çeşitlilik ve vahşi yaşamın korunmasını sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır. Yöneticiler, özellikle yatırımcılar, projelerinde turizmin çevre ve doğal yaşama etkisini inceleyen araştırmalara yönelmelidirler (Turizmde Global Etik İlkeler).

Yerel nüfus, turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarından, özellikle de turizmin yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdandan yararlanmalıdır. Ancak yerel halkın işgücü olarak tercih edilmesi ilkesi ile çevresel ve sosyo-kültürel sorunların ortaya çıkması ikilem durumu yaratmaktadır. Dağ turizmi dağlık yörelerde yaşayan nüfus için ekonomik fayda sağlamakla birlikte çok fazla yerli ve yabancı ziyaretçi çekmesinden dolayı ekolojik sistem olumsuz etkilenmektedir (Somuncu 2004: 18). Örneğin, kültürel yozlaşma, çöp, trafik, kalabalık, betonlaşma, doğal kaynakların tahrip olması, mevsimlik fiyat artışları gibi sorunlar yerli halkın turizmi olumsuz algılamasına neden olmaktadır (Türker ve Uçar 2013: 160). Bakıldığında, başta fayda yaratan turizm sektörünün bir dönem sonra olumsuz algılandığı, dolayısıyla yerel halkın da iyi yönetilmeyen bir turizm sistemi hakkında ikilem yaşadığı söylenebilir.

İşletmelerde yaşanan sorunları bildirmenin ne derece ahlaki olduğu kişide bir ikilem yaratmakta ve karasız kalabilmektedir. İşletmelerde ikilemler kişisel ahlaki sorumlulukların çatışmasından kaynaklı olduğu gibi paydaşlar arasındaki sosyal sorumlulukların çatışmasından kaynaklı olarak da ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmelerinin

hissedarlara, müşterilere, işgörenlere, devlete, rakiplere, tedarikçilere, doğal çevreye, topluma ve bu paydaşlara yeni eklenen medyaya, sivil toplum kuruluşlarına, müşteri sözcülerine, çevreci aktivistlere, finans kurumlarına, bankalara karşı sosyal sorumlulukları bulunmaktadır (Türker ve Uçar 2013: 158). Sosyal sorumluluk kavramının sadece işletmelerin hissedarlarını memnun edecek faaliyetlerde bulunması ile ilgili olmadığı aynı zamanda, diğer paydaşlarının kârının arttırılması ile ilgili faaliyetleri de kapsadığı ifade edilmektedir (Pelit, Keleş ve Çakır 2009: 20). Yöneticilerin hissedarlara karşı kârı arttırmak ve maliyetleri azaltmak gibi sorumlulukları bulunurken diğer paydaşlarına karşı olan sorumluluklarını da yerine getirmelidir. Ancak genellikle hissedarlar ile diğer gruplara olan sorumlulukları arasında bazı ahlaki uygulamalarda ikilem yaşamaktadırlar.

#### TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmalar da bilgi ifşası konusunun; hukuk ve denetim bağlamında incelenerek kavramsal açıdan ele alındığı ve sadakat, kurumsal sosyal sorumluluk, işten ayrılma niyeti gibi kavramlarla ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Ayrıca, bilgi ifşasının ifşacı açısından vicdani rahatlık, kamu açısından şeffaflık ve sorumluluk oluşmasına katkı sağlaması gibi avantajları olduğu belirlenmiştir (Uyar ve Yelgen 2015: 93-94). Otel işletmeleri bağlamında yapılan bir çalışmada ise bilgi ifşa davranışının; bireysel eğilim, örgütsel eğilim, örgüt içi iletişim, işini kaybetme korkusu ve çevresel duyarlılık boyutların da önemli olduğu, genel olarak bilgi ifşasının yöneticiler tarafından kabul edildiği belirlenmiştir (Akoğlan Kozak ve Kayar 2006). Bu araştırma sonrasında doğrudan turizmde ifşayı konu alan bir başka araştırma bulgusuna rastlanamamıştır. Bilgi ifşasının turizm sektöründe ele alınmasındaki bu çekingenlik, konunun hassasiyetine bağlı olarak veri toplamada yaşanacak sıkıntılara ve engellenme kaygısına bağlanabilir. Etik konusu ise turizm ve diğer işletmecilik alanlarında tercih edilen bir araştırma konusu olmuş ve sıklıkla ele alınmıştır. Dünya Turizm Örgütünün Küresel Etik İlkeleri yanında, turizmde etik standartlar, etik kodlar, turizmde meslek

standartları, uygulamada yaşanan etik sorunlar birçok araştırmaya konu olmuş, bu bağlamda ciddi bir alanyazın oluşurken, sektör yetkililerine de yol gösterici ipuçları sunulmuştur.

Bilgi ifşasının etik olup olmadığı da bazı araştırmalarda ele alınmıştır. Aktan (2006) bilgi ifşasının etik bir eylem olduğunu belirtmiş ancak organizasyon dışına ifşa edilmesinin etik olup olmadığı bağlamında yanlış davranışın topluma maliyeti, organizasyon içindeki yönetime bildirilmiş olması, ifşa sonrası herhangi bir geri bildirim alınmamış olması, yanlış olan eylemin dışarıya ifşa edilmesiyle son bulacağı inancı gibi şartların gerekliliğine işaret etmiştir. Özler, Şahin ve Atalay (2010) tarafından ise bilgi ifşası etik bir süreç olarak ifade edilmiş ve iş etiği, meslek etiği ve işletme etiği ile ilişkili bir kavram olduğu belirtilmiştir. Başka bir çalışmada ise ifşa eylemi, örgüt amaçlarını korumak, örgüt üyelerinin zarar görmesini engellemek ve ahlaki ya da mesleki değerler nedeniyle yapılması durumunda etik bir davranış olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir (Celep ve Konaklı 2012). Jensen'in (1987) bilgi ifşası ile etik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında yapılan ifşanın etik olup olmadığının belirlenmesinde toplumun değer yargıları, dini inançlar, faydacılık, kişisel çıkarlar, karakteristik özellikler, çevresel ve dursal faktörlerin önemli olduğu belirtilmiştir. Ray (2006) bilgi ifşasının etik bir davranış olması için nedenlerinin de etik olması gerektiğini belirtmiştir. Lindblom (2007) ise bilgi ifşasının özellikle toplumu ilgilendiren konularda yanlış davranış veya eylemleri yetkili kişi veya kurumlara bildirilmesinin etik olduğunu ifade etmiştir.

Bu çalışmada ulaşılan başka bir görüntü ise yaşanan etik ikilemlerdir. Yanlış uygulamalara şahit olan kişi çeşitli nedenlerden dolayı bu durumu söyleyip söylememe konusunda kararsızlık yaşamaktadır. Başka bir deyişle, kişiler (çalışan ya da müşteri, yönetici, yerel idareci, yerel halk) bilgi ifşası noktasında bir değer çatışması yaşamakta ve durumu yetkililere bildirme konusunda kararsız kalmaktadır. Kişinin yaşadığı bu ikilem bazen kişisel ve örgütsel değerler arasındaki çatışmadan, bazen de örgütsel sadakat nedeniyle olabilmektedir (Jubb 1999: 79; Lind-

blom 2007: 424). Etik ikilem ile doğrudan ilişkili kimi çalışmalar; bu konunun hemşirelik (Uflu 2016), muhasebe (Daştan, Bellikli ve Bayraktar 2015; Kutlu 2008) ve psikolojik danışmanlık (Kölay Akpert 2012) mesleklerinde daha sık yaşandığını, değerler (Kutlu, Güner ve Demirci 2012) ve etik eğilimler ile (Alakavuklar ve Arbak 2008) ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bilgi ifşası ve etik ikilem turizm sektöründe de kritik bir konu olmasına rağmen, bugüne kadar bu bakış açısıyla ele alınmamıştır. Bu gözden kaçırma aşlında, sektörle ilgili güncel bilgi eksikliği yanında, birçok örgütsel davranışın açıklanmasındaki eksikliğe de işaret etmektedir. Etik davranış, sosyal sorumluluk, örgütsel vatandaşlık, örgütsel sessizlik, bireysel davranış gibi birçok davranışın tanımlanmasında sorun bildirme davranışı kabul edilen bir boyuttur. Dolayısıyla ifşa ile ilgili davranış tanımlamadan, turizmde diğer örgütsel davranışların tanımlanması zor olacaktır. Bu nedenle, çalışmada öncelikle bu iki konunun önemine dikkat çekmek istenmiştir. Turizm alan yazınında yaşanan etik sorunlara sık sık yer verildiği, ancak, bu sorunların giderilmesi için çalışanların nasıl davrandığı, etik olanı yapıp yapmama konusundaki tercihleri bağlamında ciddi bilgi boşlukları olduğu gözlenmiştir. Başka bir ifadeyle, turizmde yaşanan etik ikilem durumu henüz doğrudan herhangi bir araştırmaya konu olmamıştır. Oysa bilgi ifşası konusunda yaşanan çekişenliğin nedenlerinin güncellenmesi bile örgütsel yapı ve çalışanlarla ilgili birçok konu hakkında alanyazına ve sektör yöneticilerine ciddi ipuçları verecektir. Turizm sektöründe yaşanan sorunların ifşasındaki etik ikilemlerin saptanması ise örgütsel yaşamla ilgili ortaya atılan birçok görüşe sağlam dayanak teşkil edecektir. Makalenin işaret ettiği bu sonuca bağlı olarak gelecekte, bu konunun turizm bağlamında farklı araştırmalarda ele alınması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akan, P. (2007). Uygulama Açısından İş Etiği Kuralları ve Etnik Turizm Etiği İlkeleri, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1): 7-20.
- Akoğlan Kozak, M. ve Güçlü, H. (2006). *Turizmde Etik: Kavramlar, İlkeler, Standartlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Akoğlan Kozak, M. ve Kayar, Ç. H. (2006). Örgüt İçi Sorun Bildirme: Otel İşletmelerinde Farklı Yönetim Düzeylerindeki Yönetici Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma, *III. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 598-618.
- Aktan, C. C. (2006). Organizasyonlarda Yanlış Uygulamalara Karşı Bir Sivil Erdem, Ahlakî Tepki ve Vicdani Red Davranışı: Whistleblowing, *Mercek Dergisi*, 1 (13): 1-13.
- Alakavuklar O. N. ve Arbak Y. (2008). Ahlakî İkilem Çatışmalarının Yönetiminde Etik Eğilimlerin Rolü. *16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Antalya: İstanbul Kültür Üniversitesi, 701-704.
- Aracı, Ü. E. ve Koçak, N. (2014). Dezavantajlı Bireylerin Turizmde İstihdamı: İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Algı, Görüş ve Deneyimlerinin İncelenmesi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2: 191-205.
- Arslan, E. T. ve Kayalar, M. (2017). Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İfşa (Whistleblowing) Niyeti: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (32): 15-26.
- Aslan, A. ve Kozak, M. (2006). Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 1 (6): 49-61.
- Aydın, U. (2002). İş Hukuku Açısından İşçinin Bilgi Uçurması (Whistleblowing), *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (2): 79-100.
- Cambridge Sözlüğü, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ethics>, Erişim tarihi: 29 Aralık 2017.
- Celep, C. ve Konaklı, T. (2012). Bilgi Uçurma: Eğitim Örgütlerinde Etik ve Kural Dışı Uygulamalara Yönelik Bir Tepki, *E-International Journal of Educational Research*, 3 (4): 65-88.
- Chiu, R. K. (2003). Ethical Judgement and Whistleblowing Intention: Examining the Moderating Role of Locus of Control, *Journal of Business Ethics*, 43 (1/2): 65-74.
- Daştan, A., Bellikli, U. ve Bayraktar, Y. (2015). Muhasebe Eğitiminde Etik İkilem ve Etik Karar Alma Konularına Yönelik KTÜ-İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Aİ-BÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (1): 75-92.
- Demir, M. (2011). İş Yaşamında Ayrımcılık: Turizm Sektörü Örneği, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8 (1): 760-784.
- Demirhan, M. F. ve Karahan, A. (2015). Akademisyenlerin Adalet ve Etik Algılarının Örgütsel Adanmışlıklarına Etkisi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (4): 245 - 266.
- Doğan, N. (2008). İş Etiği ve İşletmelerde Etik Çöküş, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1 (16): 179-200.
- Gerçek, H. (2005). Mühendislikte Etik Sorunların Ele Verilmesi, *Madencilik Dergisi*, 44 (4): 29-38.
- Hassink, H., Vries, M. ve Bollen, L. (2007). A Content Analysis of Whistleblowing Policies of Leading European Companies, *Journal of Business Ethics*, 75: 25-44.
- Hatcher, T. (2004). Environmental Ethics As An Alternative For Evaluation Theory In For Profit Business Context, *Evaluation And Program Planning*, 27: 357-363.
- Hersh, M. A. (2002). Whistleblowers-Heroes or Traitors?: Individual And Collective Responsibility For Ethical Behavior, *Annual Reviews in Control*, 26: 243-262.
- Jensen, J. V. (1987). Ethical Tension Points in Whistleblowing, *Journal of Business Ethics*, 6 (4): 321-329.
- Jubb, P. B. (1999). Whistleblowing: A Restrictive Definition and Interpretation, *Journal of Business Ethics*, 21 (1): 77-94.
- Karayılan E., Demirkol Ş. ve Dinçer M. Z. (2017). Turizm Akademisyenlerinin Helal Turizm Prensiplerinin Uygulanabilirliğine İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, Antalya, 1193-1203.
- King, G. (1999). The Implications Of An Organization's Structure On Whistleblowing, *Journal of Business Ethics*, 20 (4): 315-326.
- Kolay Akfert, S. K. (2012). Farklı Kurumlarda Çalışan Psikolojik Danışmanların Yaşadıkları Etik İkilemler ile Bu İkilemler Karşısındaki Tutum ve Davranışları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12 (3): 1791-1812.
- Kutlu, H. A. (2008). Muhasebe Meslek Mensupları ve Çalışanlarının Etik İkilemleri: Kars ve Erzurum İllerinde Bir Araştırma, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 63 (2): 143-170.
- Kutlu, H. A., Güner, M. ve Demirci, N. S. (2012). Etik İkilemden Çıkışta Kişisel Değerin Rolü: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerinde Bir Uygulama, *1. Uluslararası Muhasebe ve Finans Sempozyumu*, Gaziantep, 733-746.
- Lindblom, L. (2007). Dissolving The Moral Dilemma of Whistleblowing, *Journal of Business Ethics*, 76: 413-426.
- Near, J. P. ve Miceli, M. P. (1985). Organizational Dissidence: The Case of Whistle-Blowing, *Journal of Business Ethics*, 4: 1-16.
- Özler, D. E., Şahin, M. D. ve Atalay, C. G. (2010). Teorik Bir Çerçeve de Whistleblowing Etik İlişkisi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2): 169-194.
- Park, H., Rehg, M.T. ve Lee, D. (2005). The Influence of Confucian Ethics and Collectivism on Whistleblowing Intention: A Study of South Korean Public Employees, *Journal of Business Ethics*, (58): 387-403.
- Park, H., Blenkinsopp, J., Oktem, M.K. ve Omurgonulsen, U. (2008). Cultural Orientation and Attitudes Toward Different Forms of Whistleblowing: A Comparison of South Korea, Turkey, and the U.K, *Journal of Business Ethics*, 82 (4): 929-939.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009). Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16 (2): 19-30.
- Ray, S. L. (2006). Whistleblowing and Organizational Ethics, *Nursing Ethics*, 13 (4): 438-445.
- Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar ve Ekolojik Bedel, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2 (1): 1-21.

Şen, M. L. (2005). Kamu Görevlilerini Yoldan Çıkaran Bubi Tuzakları: Hediye ve Kişisel Kullanım Amacıyla Yapılan Bağışlar. *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, 361-377.

T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a185a19d0d317.91975467](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a185a19d0d317.91975467), Erişim tarihi: 6 Ocak 2018.

Turizmde Global Etik İlkeler, <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf>, Erişim tarihi: 11 Ocak 2018.

Türker, N. ve Uçar, M. (2013). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (3): 155-183.

Utlu, N. (2016). Hastane Ortamında Hemşirelerin Etik Yaklaşımı ve Etik İkilemler, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 29: 17-35.

Uyar, S. ve Yelgen, E. (2015). Bilgi İfşası (Whistleblowing) ve Denetim, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13 (1): 85-106.



**Meryem AKOĞLAN-KOZAK**

Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan 1980 yılında mezun oldu. 1987 yılında Çukurova Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO' da akademik hayata başladı. Yüksek lisans derecesini 1991 yılında Hacettepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ABD'den, doktora derecesini ise 1996 yılında Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Eğitimi ABD'den aldı. Doçentlik unvanını 1999 yılında Turizm Bilim Dalından aldı. 2005 yılında Profesörlüğe atandı. 1993 yılından bu yana Anadolu Üniversitesi'nde görev yapmaktadır. Anadolu Üniversitesi'nde önce MYO'da sonrasında, Turizm ve Otel İşletmeciliği YO' da görev yaptı. 2011 yılından bu yana İşletme Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır. Kat Hizmetleri Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Genel Turizm, Otel Yönetimi, Turizmde Etik, Özel İlgi Turizmi gibi çok sayıda kitapların yazarı olup, on kitabın da editörüdür. Ayrıca, alanında çok sayıda makalesi ve bildirisi bulunmaktadır.



**Sibel ŞAHİN**

Atatürk Üniversitesi, Erzurum Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği ön lisans programından mezun oldu (2010). Devamında, Dikey Geçiş sınavına girerek Atatürk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nü kazandı ve 2013 yılında mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Atatürk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan aldı (2016). Anadolu Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak mesleki yaşamını sürdürmekte ve Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam etmektedir.

## Konaklama İşletmelerinde Psikolojik Sözleşme İhlali ve Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları: Eşitlik Duyarlılığının Aracı Rolü

*The Consequences of Psychological Contract Breach and Organizational Identification in Accommodation Enterprises: The Mediating Role of Equity Sensitivity*

**Bekir EŞİTTİ\***

\*Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Terzioğlu Kampüsü, 17020, Çanakkale.

E-posta: bekiresitti@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5240-9233

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 2 Haziran 2017

Düzeltilme: 26 Temmuz 2017

Düzeltilme: 7 Eylül 2017

Kabul: 10 Eylül 2017

**Anahtar sözcükler:** Eşitlik duyarlılığı, Psikolojik sözleşme ihlali, Örgütsel özdeşleşme, Duygusal bağlılık, İş performansı.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 2 June 2017

Resubmitted: 26 July 2017

Resubmitted: 7 September 2017

Accepted: 10 September 2017

**Key words:** Equity sensitivity,

Perceived psychological contract breach,

Organizational identification, Emotional

commitment, Job performance.

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı, konaklama işletmeleri çalışanlarının psikolojik sözleşme ihlali ve örgütsel özdeşleşme algılarının duygusal bağlılık ve iş performansı üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışmak ve psikolojik sözleşme ihlali ile iş performansı arasındaki ilişkide eşitlik duyarlılığının aracı rolünü incelemektir. Örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılarak, İstanbul ve Antalya illerindeki beş yıldızlı konaklama işletmeleri çalışanlarına 2017 Ocak-Mart ayları içerisinde anket uygulanmıştır. Çalışmada, değişkenler arasındaki etkileri ölçmek amacıyla yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda, psikolojik sözleşme ihlalinin çalışanların eşitlik duyarlılığını, duygusal bağlılığını, örgütsel özdeşleşme ve iş performansını olumsuz yönlü etkilediği tespit edilmiştir. Örgütsel özdeşleşmenin ise konaklama işletmeleri çalışanlarının iş performansını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma ile ayrıca, psikolojik sözleşme ihlalinin, iş performansına olumsuz etkisi üzerinde eşitlik duyarlılığının kısmi aracı rolünün varlığı saptanmıştır. Bununla birlikte eşitlik duyarlılığının duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effects of accommodation businesses employees' perceived psychological contract breach and organizational identification on emotional commitment and job performance in accommodation enterprises and to examine the mediating role of equity sensitivity between psychological contract breach and job performance. As a sampling method, from non-random sampling methods, convenience sampling is used and a questionnaire was applied to employees of five star accommodation enterprises in Istanbul and Antalya within January-March 2017. In the study, a structural equation model was used to measure the effects of variables. As a result of the research, it has been determined that perceived psychological contract breach negatively affects employee equity sensitivity, emotional commitment, organizational identification and job performance. On the other hand, organizational identification improves the job performance of accommodation business employees. Also within this study, the existence of a partial mediator role of equity sensitivity on the adverse effect of perceived psychological contract breach on job performance has been established. Nevertheless, it has been reached that the equity sensitivity has no meaningful effect on emotional attachment.

## GİRİŞ

Blau'nun (1964) Sosyal Değişim Teorisi, Adams'ın (1965) Eşitlik Teorisi ve Gouldner'un (1960) Karşılıklılık Teorisi'ne dayanan bir kavram olan psikolojik sözleşme kavramı örgütsel alanda araştırmacıların dikkatini çeken ve turizm işletmelerinde yürütülen araştırmalarda da (Blomme vd. 2010; Lub vd. 2012; Wu ve Chen 2015; Li, Wong ve Kim 2016) incelenen bir konudur. Psikolojik sözleşme, çalışanların kendilerinden hangi eylemlerin beklendiğine ve karşılığın-

da ne beklemeleri gerektiğine ilişkin inançlarını (Rousseau ve Greller 1994: 385) ifade eden, bunun yanında işvereni ve iş göreni, beklentiler ve sonuçlar açısından birbirine bağlayan (Turnley vd. 2003; Blomme vd. 2010; Li vd. 2016) algısal bir unsurdur. Kavram aynı zamanda, çalışanların işin gereklerine ulaşma yönünde çaba harcamasını yansıttığından, örgüt amaçlarıyla da yakından ilgilidir.

Alanyazında psikolojik sözleşme ve bu sözleşmeye uyulmamasını ifade eden psikolojik söz-



leşme ihlalini (Dulac vd. 2008), örgütsel bağlılık (Raja vd. 2004), örgütsel vatandaşlık davranışı (Shih ve Chuang 2013), işten ayrılma niyeti (Dulac vd. 2008) gibi pek çok faktörle ilişkilendirerek inceleyen çalışmalar mevcuttur (Lub vd. 2012; Wu ve Chen 2015). Bu faktörlerin büyük ölçüde çalışanların iş performansı gibi davranışsal tepkileri ile ilişkili olduğu görülmektedir. Psikolojik sözleşme ihlalinin örgütsel özdeşleşme aracılığıyla iş performansı üzerindeki etkisini ele alan az sayıda çalışma (Epitropaki 2013) olmasının yanında, özdeşleşme ve performans ilişkisini kavramsal ve ampirik olarak inceleyen çalışmalar mevcuttur (Ashforth vd. 2008; Galvin vd. 2015).

Psikolojik sözleşme ihlali ve örgütsel özdeşleşme ile ilgili ulusal ve uluslararası alanyazında, 1994-2017 yılları arasında gerçekleştirilen birçok çalışma olmasına rağmen bu konuların çalışanların eşitlik duyarlılığı, duygusal bağlılıkları ve iş performansları üzerindeki etkilerini birlikte araştıran bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bununla birlikte, bu araştırma psikolojik sözleşme ihlalinin iş performansı üzerindeki etkisinde eşitlik duyarlılığının aracı rolünü ele alması bakımından önem taşımaktadır. Bu önem itibari ile uygulamada, eşitlik duyarlılığına dikkat edildiğinde psikolojik sözleşme ihlalinin azalacağı ve doğru orantılı olarak çalışanların iş performansının artacağı savının destekleneceği bahsedilen araştırmalardan yola çıkılarak düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı psikolojik sözleşme ihlali ve örgütsel özdeşleşmenin duygusal bağlılık ve iş performansı üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışmak ve psikolojik sözleşme ihlali ve iş performansı arasındaki ilişkide eşitlik duyarlılığının aracı rolünü araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda, alanyazın dikkate alınarak oluşturulan araştırma modeli yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Psikolojik Sözleşme İhlali

Psikolojik sözleşme, bir kişi ile diğer taraf arasında karşılıklı değişim sözleşmesinin hüküm ve koşulları hakkında sahip olunan inancı ifade etmesinin yanında, resmi sözleşmelerin aksine algısal bir sözleşmedir (Li vd. 2016). Örgütte, ça-

lışanı ve işvereni birbirine bağlayan yazılı şekle gelmemiş karşılıklı bir anlaşmayı tanımlayarak; çalışanın ve işverenin rollerini ve beklentilerini, bunun karşılığında yükümlülüklerini ve kazanımlarını da belirleyici etkisi olan bir anlaşmadır (Tekleab vd. 2005).

Psikolojik sözleşmede tarafların sorumluluklarını ve yükümlülüklerini yerine getirmesi son derece önem taşımaktadır. Bu algısal sözleşmede "işverenin sözleşmenin unsurlarından bir veya birkaçını yerine getirmede başarısız olması" psikolojik sözleşme ihlali olarak (Morrison ve Robinson 1997: 230) tanımlanır. İhlal algısı, "her iki tarafın vaatleri ve gerçekleştirdikleri konusunda çalışanların algılarına dayanan gerçekleştirilmenin bilişsel değerlendirilmesi" olarak tanımlanmaktadır (Morrison ve Robinson 1997: 230; akt. Şahin Perçin vd. 2012: 95). Psikolojik sözleşme ihlali, çalışanların bilişsel bir değerlendirmesidir. Psikolojik sözleşme ihlali kavramı, çalışanların tutum ve davranışlarını şekillendiren temel faktör olması sebebi ile işveren-işçi ilişkilerinin (Lub vd. 2012) araştırılmasında yaygın olarak kabul edilmiştir. İşverenin yükümlülüğünü yerine getirmemesi; çalışanların iş memnuniyetsizliği, işten ayrılma niyeti gibi olumsuz davranışlar geliştirmesi ile sonuçlanabilir (Tekleab vd. 2005).

Wu ve Chen (2015), Tayvan'da otellerde gerçekleştirdikleri araştırmada psikolojik sözleşmenin yerine getirilmesinin, bilgi alışverişi ve servis performansı ile olumlu ilişkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı şekilde, çalışanların örgütsel kuralları dikkate alan çalışma tutumu göstermeleri (Conway vd. 2011), örgütün misyonuna ve faaliyetlerine bağlılık göstermeleri (Allen ve Meyer 1990), özel rol davranışlarını ve işin gereklerini yerine getirmeleri beklenir (Turnley vd. 2003).

Ampirik araştırmalar, psikolojik sözleşme algısının yerine getirilmesi ile çalışanların genellikle işe karşı olumlu tutum gösterdiklerini (Conway vd. 2011), bu çalışanların örgütü kucaklamaya eğilimli olduklarını, bunun yanında örgütsel vatandaşlık davranışları ve örgütsel bağlılık (Lester vd. 2000), iş performansı ve diğer rol davranışlarının arttığını (Turnley vd. 2003) ortaya koymuştur. Ayrıca, psikolojik sözleşme ihlali, örgüt-

sel sinizm ve örgütsel vatandaşlık davranışlarını (Shih ve Chuang 2013), özveri, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı azaltan (Conway vd. 2011), işten ayrılma niyetini arttıran (Dulac vd. 2008) bir kavram olarak pek çok olumsuz sonuçla ilişkilidir. Dulac vd. (2008) psikolojik sözleşme ihlali ile işten ayrılma niyeti ve iş performansı değişkenleri arasında doğrudan bir ilişki tespit etmiş, benzer şekilde Li ve arkadaşları (2016), psikolojik sözleşme ihlalinin çalışanların bilişsel ve duygusal rol performanslarını yansıtan örgütsel özdeşleşme ve duygusal bağlılık üzerine etkilerini incelemiştir. Bahsedilen çalışmalar ışığında bu çalışmanın amacı, konaklama işletmelerinde çalışanlarının psikolojik sözleşme ihlali algılarının duygusal bağlılık ve iş performansı üzerindeki etkilerini araştırmak ve psikolojik sözleşme ihlalinin iş performansı ile arasındaki ilişkide eşitlik duyarlılığının aracı rolünü incelenmektir.

### Örgütsel Özdeşleşme ve Duygusal Bağlılık

Özdeşleşme kavramı, örgütsel olaylarda yer alan temel yapılandırmadır ve çok sayıda örgütsel davranışın alt konularını oluşturmaktadır (Albert vd. 2000: 13). Özdeşleşme, örgüt üyelerinin kendilerini örgütü temsil eden çalışan olarak görmesi şeklinde tanımlanır (Kreiner ve Ashforth 2004). Ashforth ve Mael (1989: 23) örgütsel özdeşleşmeyi, “başarı ve başarısızlık durumlarını da içeren, ait olma ya da birlik olma algılayışı” olarak tanımlarken, Dutton ve arkadaşları (1994: 193) “kişinin kendisi ile örgütü tanımlaması arasındaki bilişsel bağ” olarak tanımlamıştır. Örgütsel özdeşleşme, örgütün özelliklerinin ve başarısının bireyin benlik kavramının içine dahil edildiği, örgüte olan ilgiyi ifade eden (Dutton vd. 1994), bireyin davranışları üzerinde önemli etkilerde bulunduğu kabul edilen bir kavramdır (Lu vd. 2016).

Özdeşleşmenin, bireysel, grup ve örgütsel düzeyde önemli etkileri vardır (Kreiner ve Ashforth 2004). Bartel (2001), Pillsbury topluluğu çalışanları üzerine gerçekleştirdiği çalışmada örgütsel özdeşleşmenin, performans ve örgütsel vatandaşlık davranışları ile olumlu, işten ayrılma niyeti ve gerçekleşen işten ayrılma ile olumsuz ilişkisinin olduğunu saptamıştır.

Epitropaki (2013), banka personelinin örgütsel özdeşleşmeyle psikolojik sözleşme ihlaline karşı koyduğunu tespit etmiştir. İşverenler sözlerini yerine getirmediklerinde ise çalışanların duygusal bağlılıkları azalmaktadır. Bunun yanında, konaklama endüstrisinde Lub vd. (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, işverenlerin vaatlerini yerine getirmedeki ihlalleri konaklama çalışanları tarafından görüldüğünde, çalışanların duygusal bağlılığında düşüş yaşanmakta ve nihayetinde işten ayrılmalar gerçekleşmektedir. Benzer bir sonuçta Li vd. (2016) Çin’de otel işletmelerinde yaptıkları çalışmada da psikolojik sözleşme ihlalinin örgütsel özdeşleşme ve duygusal bağlılığı azalttığını göstermiştir.

Bu çalışmada, bahsedilen görgül araştırmalardan yola çıkarak psikolojik sözleşme ihlalinin örgütsel özdeşleşme ve duygusal bağlılık üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu varsayılmıştır.

H<sub>1</sub>= Psikolojik sözleşme ihlali otel çalışanlarının örgütsel özdeşleşmesini olumsuz yönde etkiler.

H<sub>2</sub>= Psikolojik sözleşme ihlali otel çalışanlarının duygusal bağlılığını olumsuz yönde etkiler.

### Eşitlik Duyarlılığı

Eşitlik teorisine göre bireyler, girdileri (çaba, eğitim, performans kalitesi gibi) ile bunun karşılığında elde ettikleri sonuçlar (iş unvanı, ödeme gibi) arasında diğer bireylerle bir karşılaştırma yaparlar (Adams 1965). Denklik duyarlılığı kavramı, insanların eşitsizlik durumuna farklı tepkiler göstermesine neden olan kişilik özelliklerine bir örnektir. Eşitlik duyarlılığı, kişinin neyin eşit olduğuna veya olmadığına ilişkin algısıdır. Huseman (1987), bireylerin eşit olmayan değiş-tokuşlara verdikleri tepkilerle ilgili araştırmalardaki bu çelişkili sonuçları açıklayabilmek amacıyla eşitlik duyarlılığı kavramını geliştirmiş ve üç farklı türe ayırmıştır. Geleneksel Eşitlik Kuramı’nın önerdiği model çerçevesinde davranan eşitliğe duyarlı tipler, eşitliği yatırımların sonuçlardan fazla olması olarak algılayan verici tipler; eşitliği yatırımların sonuçlardan az olması olarak algılayan alıcı tiplerdir (Atalay 2007).

Kısaca, örgütler eşitlik duyarlılığı yardımı ile psikolojik sözleşme ihlali, iş tatmini ve örgütsel

vatandaşlık davranışını yönetebilmektedir. Psikolojik sözleşme çok boyutludur ve bu sözleşmenin çok boyutlu bileşenleri arasında eşitlik duyarlılığının rolünün incelenmesi gerekir (Kickul ve Lester 2001).

Eşitlik teorisi perspektifinde bireyler örgütten aldıkları ile örgüte verdikleri katkı arasındaki adil dengeyi bulmaya çalışırlar. Çalışanlar, işverenin vaatlerini yerine getirmediklerini algıladıkları zaman yaptıkları katkıda kesintiye giderler (Morrison ve Robinson 1997). Shore ve Barksdale (1998), çalışanlar ile işverenler arasındaki yükümlülüklerin yüksek olduğu algılandığında örgütsel destek ve duygusal bağlılığın yüksek olduğunu, iş gören devir hızının düşük seviyelerde gerçekleştiğini tespit etmişlerdir.

Bu kapsamda yapılan görgül araştırmalardan yola çıkarak; eşitlik duyarlılığının örgütsel özdeşleşme ve duygusal bağlılık üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ve psikolojik sözleşme ihlalinin eşitlik duyarlılığı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu varsayılmıştır.

H<sub>3</sub>= Eşitlik duyarlılığı, konaklama işletmeleri çalışanlarının örgütsel özdeşleşmesini olumlu yönde etkiler.

H<sub>4</sub>= Eşitlik duyarlılığı, konaklama işletmeleri çalışanlarının duygusal bağlılığını olumlu yönde etkiler.

H<sub>5</sub>= Psikolojik sözleşme ihlali, eşitlik duyarlılığını olumsuz yönde etkiler.

### İş Performansı

Çalışanlar, yüksek özdeşleşme koşulları altında, örgütün başarısı ve etkinliği için endişe hissederek çaba gösterirler (Dutton vd. 1994). Nitekim örgütsel özdeşleşmesi yüksek olan çalışanlar, iş rollerini daha az kısıtlı olarak tanımlar ve örgüt yararına faaliyetlerle daha fazla ilgilenirler (Van der Vegt vd. 2003). Örgütü ile güçlü bir şekilde özdeşleşen bireylerin, performanslarını arttırmak ve örgütün çıkarına hizmet edeceği ve bunu yaparken de öz saygılarının güçleneceği olasıdır (Ashforth ve Mael 1989: 2005). Turizm işletmelerinin faaliyetlerinin başarısı, müşterilerine yüksek kaliteli hizmet sunumuna bağlıdır. Örgütü ile özdeşleşme bağı güçlü olan çalışanların per-

formanslarının ötesinde çaba harcamaları muhtemeldir (Ashforth vd. 2008). Bu çalışanlar sadece yapmaları gereken görevleri üstlenmeyip, aynı zamanda bağlılığı düşük meslektaşlarının performansından daha iyi performans göstermektedirler (Heskett vd. 1994). Li ve arkadaşları tarafından (2016) Çin'de otel işletmelerinde gerçekleştirilen araştırmada da örgütsel özdeşleşmenin iş performansı üzerinde olumlu etkisinin olduğu saptanmıştır. Çalışma kapsamında bahsedilen görgül araştırmalardan yola çıkarak, psikolojik sözleşme ihlalinin iş performansı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu varsayılmıştır.

H<sub>6</sub>= Psikolojik sözleşme ihlali otel çalışanlarının iş performansını olumsuz yönde etkiler.

H<sub>7</sub>= Otel çalışanlarının örgütsel özdeşleşme algıları iş performanslarını olumlu yönde etkiler.

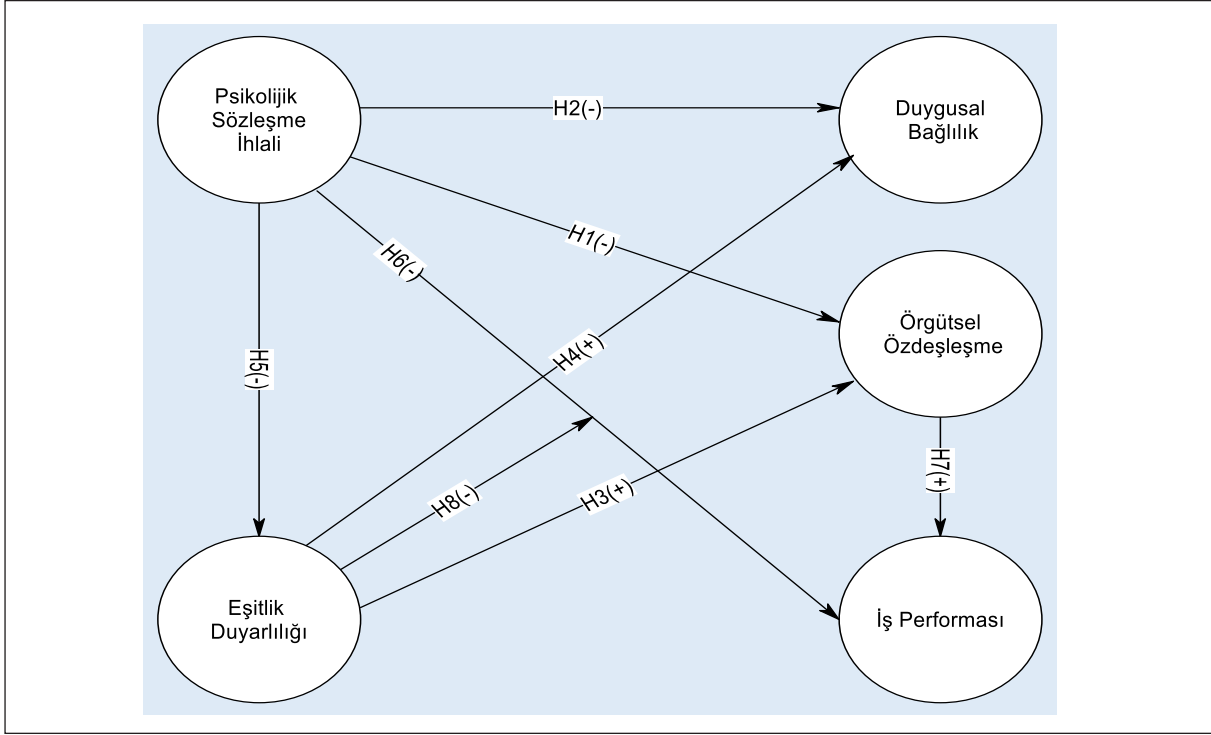
H<sub>8</sub>= Psikolojik sözleşme ihlalinin otel çalışanlarının iş performanslarına olumsuz etkisinde eşitlik duyarlılığının aracı rolü vardır.

### YÖNTEM

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış, veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Anket formunun hazırlanmasında, daha önce geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş ölçekler kullanılmıştır.

### Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, konaklama işletmeleri çalışanlarının psikolojik sözleşme ihlali ve örgütsel özdeşleşme algılarının duygusal bağlılık ve iş performansı üzerindeki etkileri araştırılmakta ve psikolojik sözleşme ihlali ile iş performansı arasındaki ilişkide eşitlik duyarlılığının aracı rolü incelenmektedir. Örgüt içinde psikolojik sözleşme ihlali, çalışanın örgüte ait olma ya da örgütle birlik olma ve diğer çalışanlarla eşit olma algısını zedelemekte, duygusal bağlılığı azaltmakta ve performans olarak çalışanın güçsüzleşmesine neden olabilmektedir. Konaklama işletmeleri çalışanlarının, iş ortamında algıladıkları eşitlik duyarlılığı da örgütsel özdeşleşmelerini, duygusal bağlılıklarını ve iş performanslarını etkileyebilmektedir. Bu düşünceden hareketle bu çalışmanın odağı, çalışanların psikolojik sözleşme ihlali algılarının



Şekil 1. Araştırma Modeli

iş performanslarına etkisinde eşitlik duyarlılığının aracı rolünü sınamaktır. Bu bağlamda araştırmanın modeli, aşağıdaki şekildedir.

#### Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Psikolojik sözleşme ihlali, Robinson ve Morrison (2000) tarafından geliştirilen ve dokuz ifadeden oluşan psikolojik sözleşme ihlali ölçeği ile ölçülmüştür. Örgütsel özdeşleşmenin belirlenmesinde Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen ve pek çok araştırmada kullanılan (Örn. Mael ve Tetrick 1992; Mael ve Ashforth 1992; Turunç ve Çelik 2010) altı madde ve tek boyuttan oluşan Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği kullanılmıştır. Çalışanların eşitlik algısını tespit etmek için Sauley ve Bedeian'dan (2000) uyarlanan 16 maddelik Eşitlik Önceliği Ölçeği (Equity Preference Questionnaire) kullanılmıştır. Duygusal bağlılığı ölçmek için Allen ve Meyer'in (1990) üç boyutlu örgütsel bağlılık modelinde yer alan (duygusal, devamlılık ve normatif) boyutlardan Duygusal Bağlılık boyutu kullanılmıştır. Çalışanların performanslarını ölçmek amacıyla Sigler ve Pearson'un (2000) çalışmalarında kullandığı dört maddelik İşgören Per-

formans Ölçeği kullanılmıştır. Seçilen evrenden veri toplanmadan önce, oluşturulan anket aracının geçerli ve güvenilir olduğundan emin olmak için pilot test gerçekleştirilmiştir. Pilot test için örneklem büyüklüğü normalde küçüktür ve 15-30 katılımcı arasında değişir ancak çalışma kapsamında gerçekleştirilecek testler birkaç aşamayı içeriyorsa büyük ölçüde arttırılabilir (Malhotra 2008; akt. Maiyaki ve Mokhtar 2010: 194). Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilecek testler göz önüne alınarak 71 katılımcı üzerinde bir pilot test gerçekleştirilmiştir.

#### Ortak Yöntem Sapması

Bu çalışmada olduğu gibi özellikle kullanılan değişkenlerin algısal olduğu durumlarda, araştırmalarda ortak yöntem sapması ile ilgili her zaman endişeler oluşabilmektedir. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin tek bir anket kullanılarak zaman içinde tek bir noktada toplanması hatalara neden olabilmektedir (Chang, van Witteloostuijn ve Eden 2010). Bu çalışmada kullanılan ölçekler, bugüne kadar birçok çalışmada geçerlilik ve güvenilirliği onaylanmış ölçeklerden seçilmiş-

tir. Ayrıca, çalışmanın örneklem grubuna, cevapların tamamen gizli tutulacağı ve hiçbir şekilde açıklanmayacağı yüz-yüze yapılan görüşmelerde ifade edilmiştir. Bununla beraber, oluşabilecek potansiyel sapmaları önlemek için alanyazında kabul gören bir teknik olan Harman'ın tek faktör testi kullanılmıştır. Bu kapsamda psikolojik sözleşme ihlali, örgütsel özdeşleşme, eşitlik duyarlılığı, duygusal bağlılık ve iş performansını ölçmek için kullanılan tüm maddelerin döngüsüz faktör analizine tabi tutulması gerekmektedir. Bu faktör analizi sonucunda ortak yöntem varyansından (common method variance) söz edebilmek için ilk faktörün varyansın önemli bir bölümünü tek başına açıklaması ya da analiz sonucunda tek faktörün çıkması gerekmektedir (Podsakoff vd. 2003: 889). Mevcut çalışma kapsamında yapılan döngüsüz faktör analizi sonucu, özdeğeri 1'den büyük olan ve toplam varyansların %65'ini oluşturan üç faktör ortaya çıkartmıştır. Birinci faktör, toplam varyansın %25'ini, ikinci faktör %22,5'ini ve üçüncü faktör %17,5'ini oluşturmaktadır. Bu değer toplam varyansın çoğunluğuna karşılık gelmemektedir. Çıkan sonuçlara göre, bu çalışmadaki ortak yöntem sapmasıyla ilgili bulguların anlamlı düzeyde olmadığı söylenebilir.

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, İstanbul ve Antalya illerindeki beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları oluşturmaktadır. Bu illerin araştırmanın evreni olarak belirlenmesinin nedeni; İstanbul'un şehir otelciliğinde, Antalya'nın ise sayfiye turizmde önemli destinasyonlar olmalarıdır. Hazırlanan anket formu bu iller içinde yer alan 12 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin çalışanlarına uygulanmıştır. Bu çalışmada, örnekleme büyüklüğü ise tesadüfi olmayan (Non-Probability Sampling) örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme (Convenience Sampling) yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu bağlamda 2017 Ocak-Mart ayları içinde yedi adet İstanbul ve beş adet Antalya illerinde olmak üzere 12 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin çalışanları örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada, konaklama işletmelerine 750 anket formu dağıtılmış, 560 anket formu geri dönmüş ve 15 anket formunun yetersiz/ha-

talı doldurulması nedeniyle örneklem sayısı 545 olarak gerçekleşmiştir. %95 güvenilirlik sınırları içerisinde ve %5'lik bir hata payı dikkate alınmak koşuluyla 545 katılımcı sayısı araştırma için yeterli görülmüştür. Bu bağlamda anket formlarının geri dönme oranı %72,66 olarak oranla gerçekleşmiştir. Sektör araştırmalarında genel olarak cevaplama oranı araştırılan konunun içeriğine ve seçilen sektörün özelliklerine bağlı olarak değişmektedir (Dillman 2000; akt. Taşgit vd. 2015: 242). Bu araştırmanın hedef grubu dikkate alındığında anketlerin cevaplanma oranının yeterli olduğu söylenebilir.

## BULGULAR

### Tanımlayıcı Bulgular

Katılımcıların demografik özellikleri ve tanıtıcı bilgiler, üzerinde çalışılan değişkenler de dikkate alınarak şekillenmiştir. Araştırmaya katılanların %47,3'ü kadınlardan, %52,7'si ise erkek çalışanlardan oluşmaktadır. Bu katılımcıların %53,9'u İstanbul'daki beş yıldızlı otellerde, %46,1'i ise Antalya'daki beş yıldızlı otellerde çalışmaktadır. Çalışanların %52,5'i evli iken %47,5'i bekârdır. Yaş grupları açısından dağılıma bakıldığında, çalışanların yarısından fazlası 21-35 yaş aralığında (%60,1) olup bunu 36-40 yaş aralığında (%19,3) çalışanlar takip etmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların turizm eğitimi alma durumları ele alındığında %13,2'sinin turizm lisans mezunu olduğu, %15,6'sının turizm meslek yüksekokulu mezunu olduğu ve %37,6'sının ise turizm lisesi mezunu olduğu görülmektedir. Buna ilaveten katılımcıların %26,8'i turizm kurslarıyla turizm eğitimi aldıklarını beyan etmişlerdir. Katılımcıların turizm sektöründe çalışma süreleri incelendiğinde; cevap verenlerin %36,9'unun 1-6 yıldır, %25,3'ünün ise 6-9 yıl arasında turizm sektöründe çalışmakta olduğu belirlenmiştir. 10 yıl ve daha fazla deneye sahip olanların oranı ise %37,8'dir. Katılımcıların çalıştığı pozisyonlara bakıldığında, %27,5'i çalışan (işçi), %38,5'i alt kademe yönetici ve %8,6'ı ise üst kademe yöneticidir.

### Ölçüm Modeli

Modelde yer alan değişkenlerin özellikleri ile ilgili ayrıntılar Tablo 1'de verilmektedir. Ölçüm

Tablo 1. Modelde Yer Alan Değişkenlerin DFA Sonuçları

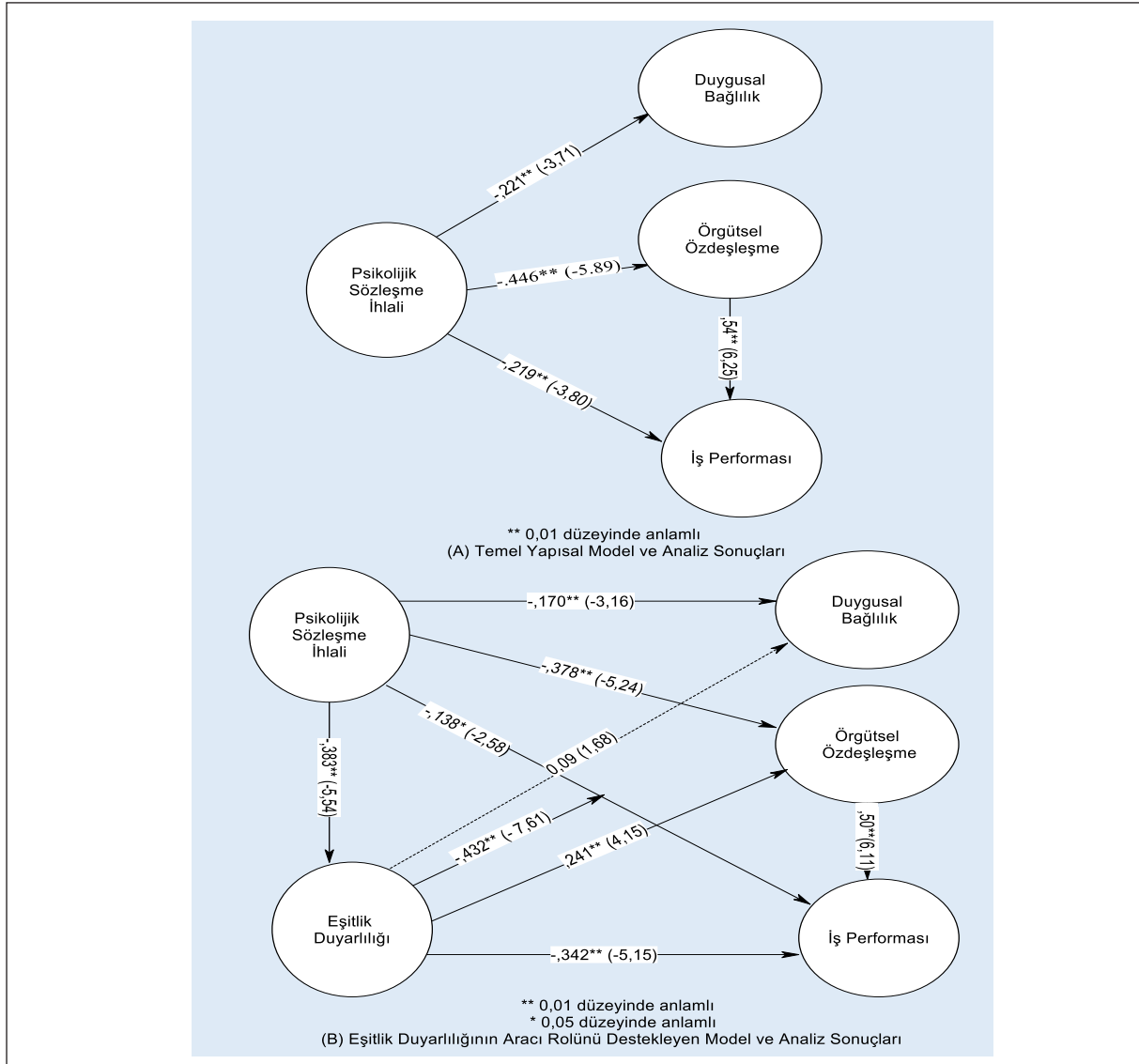
Gizil Değişkenler							Gizil Değişkenler/ Boyutlar									
Kodu	$\bar{X}$	s.s.	Faktör Yüğü	$\alpha$	CR	VE	Kodu	$\bar{X}$	s.s.	Faktör Yüğü	$\alpha$	CR	AVE			
Psikolojik Sözleşme İhlali	psi1	3,17	,922	0,51	0,82	0,71	0,64	Karşılıklı İş Yapmaya İsteksizlik	ky1	3,68	,801	0,51	0,80	0,67	0,61	
	psi2	3,31	,916	0,55					ky2	3,40	,893	0,54				
	psi3	3,35	,927	0,60					ky3	3,03	1,01	0,62				
	psi4	4,01	,806	0,52					ky4	2,75	,980	0,55				
	psi5	2,90	,918	0,63				Kişisel Çıkar	kç1	3,13	,908	0,53	0,78	0,81	0,74	
	psi6	2,14	,824	0,51					kç2	2,74	,903	0,69				
	psi7	1,95	,928	0,54					kç3	4,25	,435	0,62				
	psi8	1,87	,904	0,51				Eşitlik Duyarlılığı	Yardımsızlık	ys1	3,65	,477	0,59	0,83	0,76	0,70
	psi9	1,96	,878	0,52						ys2	4,81	,395	0,50			
Örgütsel Özdeşleşme	öö1	3,12	,727	0,70	ys3	4,25	1,06			0,58						
	öö2	3,60	,808	0,61	ys4	4,35	,635			0,55						
	öö3	3,08	,720	0,55	Eşitlikçi Duyarlılık	eç1	2,67	,819	0,63	0,89	0,84	0,78				
	öö4	3,25	,939	0,58		eç2	2,74	,802	0,69							
	öö5	3,28	1,01	0,52		eç3	4,00	,943	0,71							
	öö6	3,42	1,08	0,50	İş Performansı	iş1	3,67	,830	0,55	0,83	0,76	0,66				
Duygusal Bağlılık	dy1	3,05	1,25	0,64		iş2	3,91	1,03	0,59							
	dy2	3,55	,605	0,62		iş3	3,31	1,01	0,54							
	dy3	2,25	,834	0,64		iş4	3,56	1,00	0,58							
	dy4	2,64	,786	0,55												
	dy5	3,06	,666	0,50												
	dy6	2,89	,994	0,53												

modelini test etmeden önce, her ölçeğin iç güvenilirliğini kontrol etmek için Cronbach alfa katsayılarına bakılmıştır. Tablo 1’de gösterildiği gibi ölçekler ve ölçekleri oluşturan faktörlerin tümü kabul edilebilir değer olarak görülen 0,70’in üzerinde bulunmuştur (Büyüköztürk 2010: 171). Daha sonra, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), ölçüm modelinin geçerliliğini değerlendirmek için kullanılmıştır. Tablo 1’de görüldüğü gibi eşitlik duyarlılığını oluşturan ed10 (= 2,98; faktör yükü= 0,40) ve ed12 (= 4,81; faktör yükü= 0,29) maddelerinin faktör yüklemeleri 0,5 sınırının altında kalmıştır. Bu nedenle bu maddeler modelden çıkarılmış ve değiştirilen ölçüm modeli tekrar test edilmiştir. Tablo 1’de görüldüğü gibi iki maddeyi sildikten sonra, ölçüm modeli iyi bir model uyumu ( $\chi^2= 319,721$ ;  $df= 120$ ;  $p= 0,000$ ;  $\chi^2/df= 2,664$ ;  $GFI=0,903$ ;  $NFI= 0,945$ ;  $AGFI= 0,913$ ;  $CFI= 0,903$ ;

$RMSEA= 0,041$ ) göstermiştir. Ölçekler ve eşitlik duyarlılığının boyutları için birleşik güvenilirlik (CR) kabul edilebilir sınır olan 0,60’ın üzerinde bulunmuştur (Bagozzi ve Yi 1988). Ayrıca açıklanan ortalama varyans (AVE) tahmini her gizil değişken için 0,50 kesme noktasının üzerindedir.

### Yapısal Eşitlik Modeli

Gizil değişkenler arasında kurulan hipotezlere dayalı etkiler ve psikolojik sözleşme ihlalinin iş performansına olumsuz etkisinde eşitlik duyarlılığının aracı rolü tahmini, Yapısal Eşitlik Modelleme (YEM) yaklaşımı kullanılarak, iki model halinde test edilmiştir. İlk modelde gizil değişkenler arasındaki direkt etkilere bakılmış, ikinci modelde ise eşitlik duyarlılığının aracı rolü modele dahil edilmiştir. İlk model için  $\chi^2= 138,498$  ve 73



Şekil 2. İki Modelin Standartlaştırılmış Regresyon Katsayıları (Kesik çizgili ok anlamsız yolu göstermektedir. T değerleri parantez içinde verilmiştir).

serbestlik derecesi ( $p=0,000$ ;  $\chi^2/df= 1,897$ ) uygun bulunmuştur. Diğer tüm uyum indeksleri, ilk yapısal modelin verilere iyi uyduğunu göstermiştir (GFI=0,94; NFI=0,93; AGFI=0,92; CFI=0,95; RMSEA=0,047).

Şekil 2A'da sunulduğu gibi temel modelde yer alan gizil değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı etkilerin var olduğu görülmektedir. Çoklu uyum indeksleri, ikinci modelin de ( $\chi^2= 269,646$ ;  $df=127$ ;  $p=0,000$ ;  $\chi^2/df= 2,123$ ; GFI=0,91; NFI=0,96; AGFI=0,92; CFI=0,94; RMSEA=0,051) iyi bir uyum sergilediğini göstermiştir. Eşitlik

duyarlılığının aracı rolünü tahmin etmek için kurulan ikinci modelde, psikolojik sözleşme ihlalinin iş performansına olumsuz etkisinin eşitlik duyarlılığının aracı rolü ile olumsuz olarak arttığı görülmektedir (Şekil 2B'ye bakınız). Genel olarak bulgular, kurulan sekiz hipotezden yedisini desteklemiştir.

Temel modelin sonuçları, psikolojik sözleşme ihlalinin duygusal bağlılığı, örgütsel özdeşleşmeyi ve iş performansını olumsuz etkilediğini göstermektedir (H1, H2 ve H6). Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin iş performansını olumlu yönde





eşitlik duyarlılığının kısmi aracı rolünün varlığı saptanmıştır. Bu çalışmanın sonuçları çalışanın eşitlik duyarlılığı arttıkça daha fazla psikolojik sözleşme ihlali algıladığını ortaya koymaktadır. Kısaca eşitlik duyarlılığına dikkat edilen işletmelerde, psikolojik sözleşme algıları ihlal edilmeyen çalışanlar işlerine olumlu duygular taşımakta, çalışanların iş performansı ve örgütsel özdeşleşmesinin artması ile örgütsel hedeflere ve performansa ulaşmaları mümkün olabilmektedir.

### Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalara Yönelik Öneriler

Bu araştırma, İstanbul ve Antalya illerinde bulunan beş yıldızlı konaklama işletmelerine yöneliktir ve sadece anketle toplanan verilere dayanmaktadır. Çalışma kapsamında yapılacak değerlendirmeler İstanbul ve Antalya ölçeğinde geçerlidir. Diğer konaklama işletmelerine göre beş yıldızlı konaklama işletmeleri daha kurumsal olduğundan, çalışmanın diğer konaklama işletmelerine de uygulanması yerinde olacaktır. Çalışmaya, farklı konu başlıkları eklenerek (örneğin; dinamik yetenekler, inovasyon, iş-aile ve aile-iş çatışması vb.) tekrar çalışılabilir. Farklı illerde, ülkelerde, farklı sektörlerde ve farklı veri toplama araçlarıyla çalışmaların yapılması, sonuçların genelleştirilebilmesi açısından daha sağlıklı bilgiler verebilir.

### KAYNAKÇA

- Adams, J. S. (1965). Inequity in Social Exchange. İçinde L. Berkowitz (Editörler), *Advances in Experimental Social Psychology* (ss. 267-299). Cilt: 2, New York: Academic Press.
- Albert, S., Ashforth, B.E. ve Dutton, J.E. (2000). Organizational Identity and Identification: Charting New Waters and Building New Bridges, *Academy of Management Review*, 25: 13-17.
- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 63 (1): 1-18.
- Ashforth, B. E. ve Mael, F. (1989). Social Identity Theory and The Organization, *Academy of Management Review*, 14: 20-39.
- Ashforth, B.E. Harrison, S.H. ve Corley, K.G. (2008). Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions, *Journal of Management*, 34 (3): 325-374.
- Atalay, D. D. (2007). *Denklik Duyarlılığı Açısından Algılanan Örgütsel Adalet-Örgütsel Bağlanma İlişkisi* (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Bagozzi, R. P. ve Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1): 74-94.
- Bartel, C. A. (2001). Social Comparisons in Boundary-Spanning Work: Effects of Community Outreach on Members, Organizational Identity and Identification, *Administrative Science Quarterly*, 46: 379-413.
- Blau, P.M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. Transaction Publishers.
- Blomme, R.J., Van Rheede, A. ve Tromp, D.M. (2010). The Use of The Psychological Contract to Explain Turnover Intentions in the Hospitality Industry: A Research study on the Impact of Gender on The Turnover Intentions of Highly Educated Employees, *International Journal of Human Research Management*, 21 (1): 144-162.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Chang, S. J., van Witteloostuijn, A. ve Eden, L. (2010). From The Editors: Common Method Variance in International Business Research, *Journal of International Business Studies*, 41 (2): 178-184.
- Conway, N., Guest, D. ve Trenberth, L. (2011). Testing The Differential Effects of Changes in Psychological Contract Breach and Fulfillment, *Journal of Vocational Behaviour*, 79 (1): 267-276.
- Dulac, T., Coyle-Shapiro, J.A.M., Henderson, D.J. ve Wayne, S.J. (2008). Not All Responses to Breach are the Same: The Interconnection of Social Exchange and Psychological Contract Processes in Organizations. *Academy of Management Journal*, 51 (6): 1079-1098.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. ve Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39: 239-261.
- Epitropaki, O. (2013). A Multi-Level Investigation of Psychological Contract Breach and Organizational Identification Through The Lens of Perceived Organizational Membership: Testing a Moderated-Mediated Model, *Journal of Organisational Behaviour*, 34 (1): 65-86.
- Galvin, B.M., Lange, D. ve Ashforth, B.E. (2015). Narcissistic Organizational Identification: Seeing Oneself As Central To The Organization's Identity, *Academy of Management Review*, 40 (2): 163-181.
- Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement, *American Sociological Review*, 25: 161-178.
- Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E. ve Schlesinger, L. A. (1994). Putting the Service-Profit Chain to Work, *Harvard Business Review*, 72 (2): 164-170.
- Huseman, Richard C., Hatfield, John D. ve Miles, E. W. (1987). A New Perspective on Equity Theory: The Equity Sensitivity Construct, *Academy of Management Review*, 12 (2): 222-234.
- Kickul, J. ve Lester, S. W. (2001). Broken Promises: Equity Sensitivity as a Moderator Between Psychological Contract Breach and Employee Attitudes and Behavior, *Journal of Business and Psychology*, 16 (2): 191-216.

- Kreiner, G. E. ve Ashforth B. E. (2004). Evidence Toward an Expanded Model of Organizational Identification, *Journal of Organizational Behavior*, 25: 1-27.
- Lester, S.W., Turnley, W.H. ve Bloodgood, J.M. (2000). Supervisor and Subordinate views of Psychological Contract Fulfillment: The Impact of Perceptual Differences on Employee Work Attitudes and Behaviors. In: *Proceedings of the Academy of Management Proceedings*, ss. C1-C6.
- Li, J. J., Wong, I. A. ve Kim, W. G. (2016). Effects Of Psychological Contract Breach On Attitudes Andperformance: The Moderating Role Of Competitive Climate, *International Journal of Hospitality Management*, 55: 1-10.
- Lub, X., Nije Bijvank, M., Matthijs Bal, P., Blomme, R. ve Schalk, R. (2012). Different or Alike? Exploring the Psychological Contract and Commitment of Differentgenerations of Hospitality Workers, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24 (4): 553-573.
- Mael, F. ve Ashforth, B. (1992). Alumni and Their Alma Mater: a Partial Test of The Reformulated Model of Organizational Identification, *Journal of Organizational Behavior*, 13 (2): 103-123.
- Mael, F. ve Tetrick, L.E. (1992). Identifying Organizational Identification, *Educational and Psychological Measurement*, 52: 813-824.
- Maiyaki, A. A. ve Mokhtar, S. S. M. (2010). Determinants of Customer Behavioural Responses: A Pilot Study, *International Business Research*, 4 (1): 193-197.
- Miller, V.D., Allen, M., Casey M.K. ve Johnson, J.R. (2000). Reconsidering the Organizational Identification Questionnaire, *Management Communication Quarterly*, 13 (4): 626-658.
- Morrison, E.W. ve Robinson, S.L. (1997). When Employees Feel Betrayed: A Model Of How Psychological Contract Violation Develops, *Academy of Management Review*, 22 (1): 226-256.
- 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.
- Raja, U., Johns, G. ve Ntalianis, F. (2004). The Impact of Personality on Psychological Contracts, *Academy of Management Journal*, 47 (3): 350-367.
- Robinson, S. L. ve Morrison, E. W. (2000). The Development of Psychological Contract Breach and Violation: A Longitudinal Study, *Journal of Organizational Behavior*, 21 (5): 525-546.
- Rousseau, D. M. ve Greller, M. M. (1994). Human Resource Practices: Administrative Contract Makers, *Human Resource Management*, 33 (3): 385-401.
- Şahin Perçin, N., Aydın Tükel Türk, Ş. ve Güzel, B. (2012). Psikolojik Kontrat İhlal Algısı İle Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10 (20): 93-110.
- Shih, C.T. ve Chuang, C.H. (2013). Individual Differences, Psychological Contract Breach, and Organizational Citizenship Behavior: A Moderated Mediation Study. *Asia Pacific Journal of Management*, 30 (1): 191-210.
- Shore, L.M. ve Barksdale, K. (1998). Examining Degree of Balance and Level of Obligation in The Employment Relationship: A Social Exchange Approach, *Journal of Organizational Behavior*, 19: 731-744.
- Sigler, T. H. ve Pearson, C. M. (2000). Creating an Empowering Culture: Examining The Relationship Between Organizational Culture and Perceptions of Empowerment, *Journal of Quality Management*, 5 (1): 27-52.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals For Indirect Effects in Structural Equation Models, *Sociological Methodology*, 13: 290-312.
- Suazo, M., Turnley, M. ve Mai-Dalton, R. (2005). Antecedents of Psychological Contract Breach: The Role of Similarity and Leader-Member Exchange, *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 5-10 Ağustos, Honolulu, Hawaii.
- Taşgıt, Y. E., Çömlekçi, İ. ve Öncü, M. A. (2015). Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Belirleyicileri: Yöneticilerin Bakış Açısına Dayanan Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (2): 238-250.
- Tekleab, A.G., Takeuchi, R. ve Taylor, M.S. (2005). Extending The Chain of Relationships Among Organizational Justice, Social Exchange, And Employee Reactions: The Role of Contract Violations, *Academy of Management Journal*, 48 (1): 146-157.
- Turnley, W.H., Bolino, M.C., Lester, S.W. ve Bloodgood, J.M., (2003). The Impact of Psychological Contract Fulfillment on the Performance of In-Role and Organizational Citizenship Behaviors, *Journal of management*, 29 (2): 187-206.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010). Çalışanların Algıladıkları Örgütsel Destek ve İş Stresinin Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi, *Yönetim ve Ekonomi*, 17 (2): 183-206.
- Van Dick, R. (2004). My Job is My Castle: Identification in Organizational Contexts, *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 19: 171-203.
- Van der Vegt, G. S., Van de Vliert, E. ve Oosterhof, A. (2003). Informational Dissimilarity and OCB: The Role of Interteam Interdependence and Team Identification, *Academy of Management Journal*, 46 (6): 715-727.
- Wu, C. M. ve Chen, T. C. (2015). Psychological Contract Fulfillment in the Hotel Workplace: Empowering Leadership, Knowledge Exchange, and Service Performance, *International Journal of Hospitality Management*, 48: 27-38.



**Bekir EŞİTTİ**

Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2005). Yüksek lisans derecesini Wales Institute Cardiff Üniversitesi İşletme Yönetimi Anabilim dalından (2008), doktora derecesini ise Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalından aldı (2016). Aksaray Üniversitesi Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümünde çalışmaya başladı (2013). Halen Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; Turizm İşletmeciliği, Davranış Bilimleri ve Turizm Yönetimi'dir.

## Türkiye'ye Yönelik Dış Turizm Potansiyelinin Panel Çekim Modeli İle Analizi

*Analysis of Turkey's Foreign Tourism Potential with Panel Gravity Model*

**Buket BULUK\*, Erol DURAN\*\***

\*Arş. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Terzioğlu Yerleşkesi, Turizm Fakültesi, 17100, Merkez, Çanakkale.

E-posta: bulukbuket@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5646-6166

\*\*Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Terzioğlu Yerleşkesi, Turizm Fakültesi, 17100, Merkez, Çanakkale.

E-posta: eroldurantr@yahoo.com

ORCID: 0000-0003-0116-3189

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 9 Kasım 2017

Düzeltilme: 5 Mart 2018

Kabul: 8 Mart 2018

**Anahtar sözcükler:** Panel Çekim Modeli, Dış turizm potansiyeli, Türkiye.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 9 November 2017

Resubmitted: 5 March 2018

Accepted: 8 March 2018

**Key words:** Panel Gravity Model, Foreign tourism potential, Turkey.

### ÖZ

Bu araştırmada, 2016 yılında Türkiye'yi ziyaret eden turistlerden elde edilen yatay kesit verileri kullanılarak panel çekim modeli aracılığıyla Türkiye'nin dış turizm potansiyelini tespit etmek ve bu potansiyeli mevcut turizm pazarları dışındaki farklı pazarlar için de geliştirmek amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısının, gelinen ülkenin ekonomik gelişmişliği faktöründen olumlu, ülkenin uzaklığı faktöründen ise olumsuz yönde etkilendiği tespit edilmiştir. Turistlerin geldikleri ülkenin nüfus açısından büyük olması faktörünün ise turist akımı üzerinde bir etkisinin bulunmadığı saptanmıştır. Ayrıca, turistlerin geldikleri ülkenin Türkiye ile birtakım bağlarının (tarihi, kültürel, etnik) veya ortak sınıra sahip olması faktörünün turist rakamları üzerinde artırıcı, ülkenin bir Müslüman ülkesi olması faktörünün ise gelen turist rakamlarını azaltıcı bir etkide bulunduğu görülmüştür. Araştırma, Türkiye'yi belirli ülkelerin ziyaret ettiği ve belirli turizm aktivitelerinin gerçekleştirildiği ülke imajından kurtarabilmesi, Türkiye'nin turist akımını etkileyen faktörleri belirlemesi ve bu doğrultuda da Türkiye'nin dış turizm potansiyelinin tespit edilmesi bağlamında önem taşımaktadır.

### ABSTRACT

This research aims to determine the foreign tourism potential of Turkey to develop different markets outside of existing tourism markets by using the panel gravity model and the cross-sectional data obtained from the tourists who visited Turkey in 2016. As a result of the study, it was determined that the number of tourists visiting Turkey is affected positively by the economic development factor and negatively by the distance factor of the country of origin. It was also determined the original country's -where tourists come from- big population has any effect on tourists' flow. In addition, it was seen that the factor of having an affiliation with Turkey (historical, cultural, ethnical) or having a common border has an increasing effect on tourist flow, although the factor of being a Muslim country has a decreasing effect on tourist flow. The research is important in terms of changing Turkey's image as a country visited by certain countries and carried out by certain tourism activities. It is also important in terms of determining the factors that affect Turkey's tourist flow and determining the foreign tourism potential of Turkey in this direction.

## GİRİŞ

Turizm sektörü, dünyada en hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerin arasında yer almaktadır. Buna paralel olarak, global anlamda turist sayısı ve turizmden sağlanan gelir de sürekli olarak yükselmektedir. 1950'li yıllarda uluslararası turizme katılan turist sayısı 25 milyon iken bu rakam günümüzde 1 milyar 235 milyona ulaşmıştır (Göğebakan 2015). Turizm sektörü, hem uluslararası

turizm hareketleri hem de uluslararası turizm gelirlerinde yıllık olarak %4-4,5 oranında bir artışa sahiptir ve bu artışın devam etmesi beklenmektedir. Bu kapsamda, Dünya Turizm Örgütü'nün istatistiklerine göre, dünya turizmi adına yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen, uluslararası turist rakamları 2015 yılında 2014'e kıyasla %4,4 oranında artışla 1,184 milyar olarak gerçekleşmiştir (UNWTO 2016). 2020 yılında ise uluslararası

turist sayısının 1,6 milyarı ve uluslararası turizm gelirlerinin 2 milyar doları geçmesi beklenmektedir (Pınar 2013).

Konu ile ilgili yapılan çalışmaların sonuçlarının da desteklediği gibi turizmin ekonomik büyüme, istihdam ve kalkınma konuları üzerindeki etkileri sebebiyle önemi artmaktadır (Bahar 2006). Turizm sektörü, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) ile birçok ülke istihdamının önemli bir bölümünü karşılamaktadır. Bununla birlikte turizm sektörü, ülkelere sağladığı döviz geliri aracılığıyla, bütçe açıklıklarının giderilmesi noktasında büyük bir katkı sağlamaktadır (Özcan 2015). Bu özelliğiyle turizm, vergi gelirlerinin artırılmasında ve ödemeler dengesindeki sorunların giderilmesinde önemli bir etkidir. Otomasyon ve mekanizasyon olanaklarının sınırlı olduğu turizm sektöründe, yatırım-istihdam oranlarının da genellikle yüksek olduğu bilinmektedir. Turizm, sahip olduğu uyarıcı etkisiyle beraber diğer ulaşım, yiyecek-icecek, tarım, iletişim, inşaat vb. sektörlerde de istihdam ve gelir düzeylerini artırmaktadır (Usta 1995: 98).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi ile Oxford Economics'ın yapmış oldukları "Turizm Sektörünün Yıllık Ekonomik Katkısı" araştırmasının sonuçları, turizm sektörünün, dünya ekonomisi bağlamında önemli bir yere sahip olduğunu göstermiştir. Turizm sektörü, 2014 yılı içindeki turizm faaliyetleri sonucunda dünya ekonomisine %3,58 oranında katkı, dünya toplam GSYH'sine ise 2,2 trilyon dolar ve 105 milyon istihdam olanağı yaratan bir sektör konumuna yükselmiştir (Şit 2016). Ayrıca, turizm endüstrisinin ulaşım, konaklama, yiyecek-icecek gibi diğer endüstrilere yapmış olduğu dolaylı ve doğrudan etkiler de ele alındığında, dünya toplam GSH'sine %3 oranında katkıda bulunduğu görülmüştür. Bugün hala, dünya genelindeki her 11 istihdamdan 1'ine sahip olan turizm sektörü, aynı zamanda dünya toplam GSH'sinin %9,5 oranına sahip, dünya toplam yatırımlarının %4,4'ünü karşılayan ve dünya toplam ihracatının ise %5,4'ünü elinde bulduran bir sektördür. 2014 yılı dünya turizmi verilerinin değerlendirmeleri sonucunda turizm sektörü, dünyada turizm sektörü içinde istihdam ettiği kişi sayısını 1,4 milyon artırarak toplamda

4,7 milyon yeni iş olanağı yaratmıştır. Bu sonuç, dünya toplam istihdam rakamları üzerinde turizm sektörünün katkısını %1,8 yükseltmiştir.

Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi ile ilgili yapılan alanyazın taraması sonucunda, birçok yerli ve yabancı çalışmaya ulaşılmıştır. Balaguer ve Cantavella-Jordá (2002), İspanya'nın uzun dönem ekonomik kalkınmasında turizmin rolünü araştırdığı çalışmasının sonucunda, turizmin İspanya'nın ekonomik büyümesi üzerinde olumlu yönde katkısının bulunduğunu tespit etmiştir. Araştırmacılar, çalışma sonuçlarından hareketle, İspanya'nın son 30 yıl içindeki ekonomik büyümesinin, uluslararası turizmin sürekli artmasına bağlı olduğuna işaret ettiğini belirtmişlerdir. İspanya'nın ekonomik büyümesinde turizmin etkisini inceleyen bir diğer çalışma da, Jiménez ve Ortuño'nun (2005) çalışmalarıdır. Jiménez ve Ortuño (2005), 1960'lardan 2002 yılına kadar olan dönemde turizmden elde edilen döviz gelirlerinin, imalat sanayi ürünlerinin ithalatı üzerindeki rolünü incelemiştir. Çalışma sonucunda, imalat sanayi ürünlerinin ithalatı ile turizm gelirleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığının bulunduğu görülmüştür. Katırcıoğlu (2009) Kıbrıs için yaptığı çalışmada; turizm, uluslararası ticaret ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda, söz konusu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, ekonomik büyümenin, uluslararası ticareti geliştirdiği ve Kıbrıs'a turist gelmesini teşvik ettiği yönünde bulgulara ulaşmıştır. Katırcıoğlu'nun (2010) yine Kıbrıs'ı ele aldığı ve GSYİH, gelen turist sayısı, üniversitelerde okuyan öğrenci sayısı ve reel döviz kuru değişkenleri arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi ile incelediği çalışmasında; büyüme ile uluslararası turizm ve yüksek öğretim değişkenleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu görülmüştür.

Küresel ekonomide önemli bir noktada bulunan turizm sektörü, Türkiye ekonomisi içinde de son derece önemli bir konumdadır. Dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından biri olan Türkiye'de turizm, ülke ekonomisi içinde döviz geliri sağlama nedeniyle önem arz eden bir sektördür. TURSAB'ın (2016) verileri değer-

lendirildiğinde, 2013 yılı itibariyle Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelirin, GSYH'sinin %3,9'u oranında olduğu görülmüştür. Ancak Türkiye, 2013'te dünyada en fazla turist ağırlayan ilk on ülkenin arasında yer almasına ve turizm aracılığıyla sağladığı 32,3 milyar dolar gelire rağmen, dünyada turizmden en fazla gelir elde eden ilk on ülke sıralamasına girememiştir (UNWTO 2016). Bu durum, Türkiye'nin turizmde izlediği fiyat ve pazarlama politikalarından kaynaklanmaktadır. Oysa Türkiye'nin de içinde yer aldığı Akdeniz çanağındaki bir ülke konumunda bulunan İspanya, 2013 yılında 65,2 milyar dolar turizm gelirinə sahipken, Fransa'nın turizm geliri 55,4 milyar dolar, İtalya'nın turizm geliri ise 45,5 milyar dolardır (UNWTO 2015). Bu rakamlar, Türkiye'nin küresel turizm potansiyelinin tespit edilmesi gerektiğinin ve bu potansiyele uygun politikaların izlenmesinin, sektörün daha planlı bir biçimde geliştirilmesi bağlamında önem teşkil ettiğini göstermektedir. Bu durum öncelikle Türkiye'nin tek başına deniz-kum-güneş ülkesi olarak algılanmasının önlenmesi ve bu amaçla alternatif turizm politikaları oluşturularak Türkiye'nin hedef pazarının çeşitlendirilmesi ve turizm pastasından daha fazla pay alabilmek için yeni politika ve planlamaların belirlenmesiyle mümkün olabilecektir.

Yukarıda da belirtildiği üzere, turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerine yapılan alan yazın taraması sonucunda, Türkiye için de yapılmış birçok çalışmanın olduğu görülmüştür. Kırbas ve Kasman (2004), Türkiye'nin 1963–2002 dönemini Granger nedensellik analizi yöntemiyle inceledikleri çalışmalarında, turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Söz konusu tespit ile araştırmacılar, turizmin Türkiye'nin ekonomik büyümesine olumlu yönde bir katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik gösteren bir başka çalışma da Gündüz ve Hatemi-J'e (2005) aittir. Gündüz ve Hatemi-J (2005) gelen turist sayısı, GSYH ve reel döviz kuru değişkenlerini kullanarak, turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi, Bootstrap nedensellik analizi aracılığıyla incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, artan turist sayısının ekonomik büyümeyi canlandırdığı so-

nucuna ulaşmışlardır. Yıldırım ve Öcal'ın (2004) Türkiye için yapmış oldukları çalışmalarında ise turizm ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin bulunduğu ve bu ilişki doğrultusunda turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Bahar (2006), 1963–2004 dönemi turizm gelirlerini ve GSYH'sini VAR modelini kullanarak incelediği çalışmasında, turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki yarattığını ve turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ve karşılıklı bir ilişkinin bulunduğunu tespit etmiştir. Kızılgöl ve Erbaykal (2008), Türkiye'deki turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini, Toda-Yamamoto yöntemi çerçevesinde incelemişlerdir. 1992:01–2006:02 dönemlerini kapsayan üçer aylık veriler kullanılarak yapılan test sonuçlarına göre, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır. Bu sonuçta göre, Türkiye'nin daha fazla turizm geliri elde etmek için sürdürülebilir bir ekonomik büyüme sağlaması gerektiği söylenebilir.

Türkiye'nin dış turizm potansiyelini tespit etmeyi amaçlayan bu araştırmada, ülkemiz turizminin potansiyelinin altında kaldığı, potansiyeline ulaştığı ve potansiyelini aştığı ülkeler de belirlenmeye çalışılacaktır. Bu bağlamda, gelen turist sayısının potansiyelin altında kaldığı ülkelerdeki turist akımının geliştirilebilmesi amacıyla, hedefe yönelik tanıtım ve teşvik politikalarının da aracı olarak kullanılması sonucunda iki taraflı politikalar belirlenerek ilişkiler geliştirilebilecektir. Böylece Türkiye turizmi, daha önce girmediği ancak potansiyelinin bulunduğu farklı turizm pazarlarına girebilecek ve ülkemiz ana pazarlarının çeşitli sebeplerle çekilmesi durumunda yaşanabilecek ekonomik krizlerin daha az zararlı karşılaması sağlanacaktır.

## TÜRKİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİ

Turizm sektörü, özellikle son yıllarda kaydedilen gelişmelerle birlikte Türkiye'nin 'yükselen yeni sektörü' konumundadır. Türkiye turizminin büyümesine katkıda bulunmak amacıyla 1923 yılında kurulan ve bugünkü adıyla Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu olarak bilinen kurum, tarihi

eserlerin onarılarak hizmete sunulmasında Türkiye turizmüne önemli katkılar sağlamıştır (Dalman 2016). Özellikle 1985'ten sonra dışa açılma ve liberalleşme politikaları doğrultusunda devlet tarafından turizm yatırımlarının artırılmasına yönelik politikalar, turizm sektörüne sağlanan krediler, ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi ve tanıtım faaliyetleri doğrultusunda Türkiye'yi ziyaret eden turist rakamlarında ve gelir miktarında büyük artışlar kaydedilmiştir. Devletin sağlamış olduğu bu destekleyici uygulamalar sonucunda, 1980'de GSYH'den %0,6 oranında pay alan turizm, 2015'te %6,2 oranında paya sahip olmuştur (TURSAB 2016).

Turizmin gelişmesi; Türkiye'ye giren döviz miktarında, ödemeler dengesi açığını kapatmada, istihdam oranının ve ulusal gelirin artışında, alt yapı olanaklarının, bankacılık ve ticaret faaliyetlerinin gelişmesinde, ulaşım, yiyecek-içecek ve hediyelik eşya gibi birçok sektörün büyümesinde önemli bir etkidir (Kızılgöl ve Erbaykal 2008; Özer 2015). Günümüzde turizm sektörü ülkemize, imalat sanayisinden sonra en fazla döviz ve istihdam kaynağı sağlayan ikinci sektör konumunda yerini almaktadır. Ancak, Türkiye'nin de dahil olduğu Ortadoğu ülkeleri için çeşitli nedenlerle iyi geçmeyen 2015 yılı, turizm sektörü açısından da son yılların en kötü sonuçlarını doğurmuştur. Rusya'da 2014'ün son çeyreğinde başlayan ekonomik krizin olumsuz etkilerinin yaşandığı sektörde, bu ülke pazarında 850 bin kişiye yakın azalma görülmüştür. 2015'te Rusya ile yaşadığı uçak krizi sonrasında Türkiye'nin turizm geliri, 2014 yılına kıyasla %8,3 düşüş yaşayarak 31 milyar 464 milyon 777 bin dolara gerilemiştir (Nayır 2016). Aynı şekilde İstanbul Sultanahmet'te 12 Ocak 2016'da gerçekleşen ve Alman turist kafilesinin hedef alındığı bombalı saldırıdan sonra yılın ilk dört ayında bir önceki yıla oranla %35,43'lük düşüş yaşanmıştır (Coşan 2016).

Öte yandan, Türkiye'nin de içinde bulunduğu Orta Doğu ülkelerinde yaşanan terör olayları ve bu olaylar doğrultusunda ortaya çıkan güvenlik açığı da Türkiye'nin son iki yıl içindeki turizm potansiyelini rakamsal ve oransal olarak bir hayli geriletmiştir (Çardak 2016). Bu durum, özellikle

Türkiye gibi turizm faaliyetlerini belirli pazarlara ve belirli turizm türlerine bağımlı bir şekilde gerçekleştiren ülkeler adına daha ağır ekonomik sonuçlara yol açabilmektedir. Bu ve benzeri durumların yaratacağı olumsuz sonuçlardan korunmak için ise Türkiye'nin turizm potansiyelinin iyi değerlendirilmesi, turizm politikalarının gözden geçirilmesi ve yeni pazarlama stratejilerinin harekete geçirilmesi gerekmektedir.

## TÜRKİYE'NİN TURİZM FAALİYETLERİ

Üç tarafı denizlerle çevrili olması ve kıyı bölgesinde yer alan illerde güneşli gün sayısının fazla olması sebebiyle Türkiye turizmde deniz turizminin deniz-güneş-kum üçlüsüne dayalı boyutu ilk sırada yer almaktadır (Çetin ve Gürgil 2014). Güney Ege'de İzmir, Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Datça, Bodrum, Bozburun, Marmaris, Göcek, Fethiye kıyıları mevcut iken Akdeniz'de Kemer, Kaş, Finike, Kalkan, Antalya, Alanya ve Mersin, Türkiye'nin başlıca kıyılarındandır. Karadeniz'de ise Samsun, Yakakent, Terme, Ordu, Yason Burnu, Giresun ve Kastamonu, deniz turizminin gelişmiş olduğu kıyıları açısından zengindir. Ancak, Ege ve Akdeniz bölgesinde yer alan kıyıların güneşli gün sayısının uzunluğu, Karadeniz kıyılarına göre oldukça yüksektir. Karadeniz, turizm sektöründe deniz-kum-güneş turizmi ile sınırlı ölçüde yer almakta iken yüksek noktalarında ise yayla turizmi ile öne çıkmaktadır (Yüksel 2013).

Deniz turizmine ek olarak Side, Köyceğiz, Kuşadası ve Kapadokya Turizm Gelişim Projeleri ile turizm hizmet ve ürünlerinin çeşitlendirilmesine dayalı alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik adımlar atılmıştır. Bu kapsamda golf turizmi, kongre turizmi, kültürel miras turizmi, futbol turizmi, kruvaziyer ve yat turizmi, ekoturizm ve rafting gibi turizm türlerinin gelişimine yönelik adımlar atılmıştır.

Gerek coğrafi konumu gerekse jeopolitik özellikleri ile Türkiye, dünyanın en önemli tarihi ve kültürel değerlerine ev sahipliği yapmaktadır. İçerisinde barındırdığı değişik kültürleri ve yaşam biçimleri, farklı ırk ve inanışlara sahip insanları, yeraltı ve yerüstü zenginlikleri ve otantik değerleri, Türkiye'yi adeta zengin bir mozaığe sahip ülke konumuna taşımaktadır (Kaynar 2009).

Bu zengin mozaik, Türkiye turizmi bağlamında çok önemli bir arz kaynağını ve rekabeti mümkün olmayan bir avantajı ifade etmektedir. Tarihi ipek yolu güzergâhında da yer alan Türkiye'nin sahip olduğu kültürel çeşitlilik, inanç turizmi için de büyük bir potansiyel yaratmaktadır. Türkiye; dağcılık turizmi, kış turizmi, termal turizm, golf turizmi, botanik turizmi, su altı dalış turizmi, mağara turizmi, gastronomi turizmi, helal turizm, ekoturizm ve kongre turizmi gibi turizm faaliyetleri için de çok uygun koşullara sahiptir (Öztürk 2010; GMKA 2011; Boğan vd. 2016).

Alternatif turizm türlerinin gelişimine yönelik yapılan yatırımlar deniz-güneş-kum üçlüsüne dayalı kitle turizminin yıkıcı etkilerinin azaltılması, turizmde bölgeler arası eşitsizliğin giderilmesi ve mevsimselliğin ortadan kaldırılmasına yönelik önemli adımlar niteliği taşımakla beraber, Türkiye'nin bu alanlardaki potansiyelinin tam anlamıyla değerlendirilemediği de gözükmektedir. Bu faaliyetler ancak isabetli politikalarla, tanıtım ve pazarlama stratejileriyle, girişimcilerin desteklenmesi ve önlerinin açılmasıyla canlandırılabilir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin kullanılabilmesi, Türkiye'de turizmi, deniz-kum-güneş sıkışmışlığından kurtarıp, turizmin yılın on iki ayına yayılmasını ve Türkiye'nin tüm bölgelerine dağılmasını sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, Türkiye turizmi belirli turist pazarlarına (Almanya, Rusya vb.) ve belirli turizm aktivitelerine (deniz-kum-güneş, kültür turizmi vb.) bağımlı olmayacaktır. Türkiye, sahip olduğu turizm potansiyeli doğrultusunda çalışmalar yaparak turizm politika ve planlarını oluşturmalıdır. Böylece Türkiye, tüm dünyada önemli bir turist çekim merkezi haline gelecektir.

### ÇEKİM MODELİ

Adını, Newton'un kütle çekim kanunundan alan çekim modeli, iktisat alanyazınında da kendine yer bulmuş önemli modellerden biridir. Çekim modeli, iktisat alanyazınında ilk kez Tinbergen (1962) tarafından ülkeler arası mal ticareti ilişkilerini incelemek için kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, ülkeler arası mesafenin artmasıyla birlikte taşıma ve kargo maliyetleri de artacağından yabancı malların talebinin azalacağı sonucuna

ulaşmıştır. Gelirin ise yabancı malların talebini arttıran ve mesafeye göre zıt etkili bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Böylece, Newton'un kütle çekim modelinde olduğu gibi iktisat biliminde de iki zıt etki bir olguyu açıklamak için kullanılmıştır.

Çekim modeli, benzer bir mantıkla turizm potansiyelini tespit edebilmek için de kurgulanmıştır. Ticaret, mal akışı ile ilgiliyken, turizm insanın hareketi ile ilgilidir. Bu nedenle, turizm ile ticaret arasındaki uluslararası akışların mekanizması ve modeli de farklı olacaktır. Bazı yazarlar, ülkeleri ekonomik bağlamda ölçmek için GSYH yerine ülkelerin nüfus büyüklüklerini analizlerinde kullanmıştır (Taplin ve Qiu 1997). Alanyazınında iki ülke arasında karşılıklı turizm akışları için kurulan çekim modellerindeki tahmini parametrelerin yorumlanmasına yardımcı olan çok az teori mevcuttur (Morley vd. 2014). Genel olarak turizm bağlamında yer alan akademik çalışmalar, çekim modellemesinde bir dizi başlangıç noktası ve destinasyon arasındaki akışları analiz etmektedir. Bu analiz ancak bir zaman periyodu gibi kesitsel verilerle yapılabilmektedir. Birden fazla dönemin verileri içinse panel veri analiz teknikleri uygundur. Turizm ele alındığında, panel veri kaynakları olarak, turist gönderen ülke ve ev sahibi ülkenin GSYH'si, turist akımını artırıcı etkisi bakımından önemli parametrelerdir. Bununla beraber iki ülke arasındaki kültürel, tarihsel, etnik yakınlıklar ve uzaklık da önemli parametrelerdendir.

### İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Alanyazınında çekim modeli ile turizm potansiyelini açıklamaya çalışan araştırmalar mevcuttur. Yavuz vd. (2014), 2008, 2009 ve 2010 yılı verileriyle Türkiye'yi ziyaret eden turist akımı üzerinde etkili olan faktörleri çekim modeli ile inceledikleri çalışmalarında, Türkiye'yi ziyaret eden turist akımı üzerinde etkili olan faktörlerin; turistlerin geldikleri ülkelerin Türkiye'ye olan uzaklığı ve sahip oldukları nüfus potansiyelleri, turistlerin ortalama aylık gelir seviyeleri ve Türkiye ile kültürel, tarihi ve etnik bağlar olduğu görülmüştür. Çalışmada ayrıca, turizm akımının ülkelerin uzaklıklarından olumsuz olarak etkilendiği



görülürken; ülke gelirlerinin ise turizm akımını olumlu olarak etkilediği tespit edilmiştir. Eita ve Jordaan (2007), Namibya'nın sahip olduğu turizm potansiyelini panel çekim modeli aracılığıyla tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarının sonucunda, Namibya'ya gelen turist rakamları üzerinde komşuluk ilişkileri ve döviz kuru ile elektrik üretimindeki artışın olumlu etkide bulunduğu ancak, uzaklık faktörünün olumsuz bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Karagöz (2008), Türkiye turizminin geliştirilmesi amacıyla Türkiye'ye gelen turist rakamlarını etkileyen unsurları tespit etmeyi ve Türkiye'nin turizm potansiyelini belirlemeyi amaçladığı çalışmasının sonucunda, Türkiye'ye gelen turist rakamlarını; ülkelerin ekonomik büyüklükleri, mesafe, kültürel, tarihi, etnik bağlar ve komşuluk ilişkileri gibi unsurların etkilediğini tespit etmiştir. Matias (2004), Portekiz'in turizm rakamlarını etkileyen unsurları araştırdığı çalışmasında çekim modelini kullanmış ve GSYH ve ülkeler arası uzaklığın, Portekiz'in turist rakamlarını önemli ölçüde etkilediğini tespit etmiştir. Matias (2004) elde ettiği bu sonuç doğrultusunda Portekiz'i ziyaret eden ülkeler sıralamasında İspanya'nın ilk sırada yer almasının sebebini bu unsurla açıklamıştır.

## YÖNTEM

### Araştırmanın Yöntemi

Türkiye'nin dış turizm potansiyelini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada, panel çekim modeli kullanılmıştır. Modele göre, iki ülke arasında gerçekleşen toplam dış ticaret hacmi, oran olarak ülkelerin sahip olduğu ekonomik büyüklük ile doğru, aralarındaki coğrafi uzaklık ile ise ters orantılıdır. Basit çekim modeli olarak da adlandırılan bu durum aşağıdaki formülle ifade edilebilmektedir:

$$T_{ij} = A \frac{(Y_i Y_j)^\alpha}{D_{ij}^\beta}$$

Bu formüle göre;  $T_{ij}$ , i ülkesi ile j ülkesi arasındaki ticareti; A, sabit katsayıyı;  $Y_i$  ve  $Y_j$  ihracatçı ve ithalatçı ülke GSYH'sini;  $D_{ij}$  ihracatçı ile ithalatçı ülke arasındaki coğrafi uzaklığı temsil et-

mektedir. GSYH'sinin; dış ticaret hacmini pozitif yönde; ülkeler arası coğrafi uzaklığı ise teoriyle uygun olarak negatif yönde etkilemesi beklenmektedir. Modelin doğrusallaştırılması amacıyla, denklemin her iki tarafının logaritması alınmaktadır:

$$\log T_{ij} = A^* + \alpha \log (Y_i Y_j) - \beta \log D_{ij} + u_{ij}$$

Yukarıdaki denklemde yer alan "A\*," logaritması alınmış  $\log A^*$ 'yı,  $\alpha$  ve  $\beta$  tahmini yapılacak parametreleri, " $U_{ij}$ " ise ikili ticareti etkileyen rassal değişkenlerin etkilerini ifade etmektedir. Denklem, iki ülke arasında gerçekleşen ticaret hacminin, ülkelerin sahip olduğu büyüklüklerin artan fonksiyonu iken ülkelerin arasındaki mesafelerin ise azalan fonksiyonu olduğunu belirtmektedir.

### Araştırmanın Modeli

Yöntem bölümünde tanıtilan basit çekim modelinin turist akımlarına uygulanmış biçimi aşağıda yer alan denklemdeki gibidir:

$$TUR_i = A [G_i / U_i]$$

Yukarıdaki denklem, "i" ülkesinden gelen turist sayısının, turistlerin geldiği ülkenin büyüklüğü ile doğru, aralarındaki uzaklık ile ise ters orantılı olduğunu ifade etmektedir. Denklem ayrıca, kendisine turist gelen ve turist gönderen ülkenin GSYH'sinin büyüklüğünün, gelen turist sayısını artırıcı etkide bulunduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla denklem, kendisine turist gelen veya turist gönderen ülkelerin büyüklüklerinin sıfır değerine doğru ilerledikçe gelen turist sayısının da sıfıra ilerlediğini varsaymaktadır. Uzaklık değişkeninin ise gelen turist sayısına etkisinin azaltıcı veya artırıcı yönde de olabileceğini belirtmektedir. Uzaklıkla beraber, kültürel ve coğrafi farklılıkların artması sebebiyle, farklı destinasyonları ziyaret etme isteğinin turist sayısını artırabileceği veya bu durumun tam tersi yönde yani gelen turist sayısını azaltacağı da varsayılmaktadır. Ayrıca, ülkeler arası mesafenin ulaşım maliyetlerini artırması sebebiyle seyahat maliyetleri de artacağından uzak ülkelere gelen turist sayısı azalabilir.

$$TUR_i = A (N_i) [G_i / U_i]$$

Yukarıda yer alan ve uzun dönem dengesini ifade eden denkleme göre, denklem sonucunda uzun dönemde elde edilen tahmini gelen turist sayısı, ziyaretin gerçekleşmesi sonucundaki turist sayısına eşit olacaktır ( $TUR = TUR$ ). Bu durum, büyük nüfuslu ülkelerden gelen turist sayısının da daha fazla olabileceğini varsayarak, bu ve benzeri çalışmalarda ziyareti gerçekleştiren ülkelerin nüfuslarının da model içinde yer almasını sağlamaktadır. Bu nedenle, yukarıdaki denklemin logaritması alınıp doğrusallaştırılarak aşağıdaki tahmin edilebilir denkleme ulaşılmaktadır:

$$\ln TUR_i = \beta_0 + \beta_1 \ln N_i + \beta_2 \ln G_i - \beta_3 \ln U_i + e_i$$

Bu denklem ile gelen turist sayısı kişi başına GSYH ve iki ülkenin arasındaki mesafenin bir işlevi olarak belirtilmiş olacaktır.

#### Araştırmanın Değişkenleri ve Verileri

Araştırmanın analizde kullanılan değişkenler aşağıdaki gibidir:

$TUR_i$  : 2016 yılında ülkeler itibariyle Türkiye'ye gelen turist sayısı.

$KBG_i$  : Turist gönderen ülkenin 2016 yılında kişi başına düşen GSYH'si.

$G_i$  : Turist gönderen ülkenin 2016 yılı GSYH'si.

$U_i$  : Turist gönderen ülkenin başkentinin Türkiye'ye uzaklığı.

Türkiye'nin turist akımı üzerinde etkili olduğu düşünülen diğer birtakım unsurlar, bir dizi kukla değişken ile modelde yer almaktadır. Analizde yer alan kukla değişkenler ise aşağıda belirtilmiştir:

$KD_1$ : Türkiye ile kültürel, tarihsel ve/veya etnik yakınlık içinde olan ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

$KD_2$ : Türkiye ile komşu olan ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

$KD_3$ : Müslüman ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

$KD_4$ : Avrupa ülkeleri için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

Çalışmada,  $TUR_i'$  ye ait verilere Emniyet Genel Müdürlüğü aracılığıyla ulaşıırken,  $G_i'$  ye ait verilere Dünya Bankası veritabanından,  $U_i'$  ye ait verilere ise tr.distance.to sitesi aracılığıyla ulaşılmıştır. Çalışmada kullanılan ve logaritması alınarak oluşturulan genişletilmiş çekim modeli aşağıdaki biçimdedir:

$$\ln TUR_i = \beta_0 + \beta_1 \ln N_i + \beta_2 \ln G_i - \beta_3 \ln U_i + \beta_4 K1 + \beta_5 K2 + \beta_6 K3 + e_i$$

Çalışma kapsamında, 2016'da Türkiye'yi en az bir gece konaklama yapmak şartıyla ziyaret eden turistlere ait yatay kesit verilerinden yararlanılmıştır. Emniyet Genel Müdürlüğü'nden elde edilen verilere göre, 2016'da, 103 farklı ülkeden toplamda 25 milyon 352 bin turist Türkiye'yi ziyaret etmiştir.

#### ANALİZ VE BULGULAR

Genişletilmiş çekim modeline ait tahminler, Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'e göre, Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısının, geldikleri ülkenin ekonomik büyüklüğünden olumlu yönde, geldikleri ülkenin uzaklığından ise olumsuz yönde etkilendiği görülmektedir. Tabloda yer alan bir başka sonuca göre, turistlerin geldiği ülkenin Türkiye ile tarihsel, kültürel, etnik bağları ve ortak bir sınıra sahip olmasının turist rakamları üzerinde olumlu, ülkenin bir Müslüman ülkesi olmasının ise turist rakamları üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç, Müslüman ülkelerin genellikle düşük gelir düzeyine sahip olmalarıyla açıklanabilir. Turistlerin geldiği ülkenin nüfus açısından büyük ve bir Avrupa ülkesi olmasının ise turist rakamları üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Çalışma için oluşturulan çekim modelinin, Türkiye'ye yönelik turist rakamlarındaki değişimi %75 oranında açıkladığı görülmektedir.

Çalışmada, çekim modeli tahminleri kullanılarak, Türkiye'nin ülkelere göre dış turizm potansiyeli sonuçlarına da ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, çekim modelinin verdiği turist sayısı tahminleriyle turizm potansiyeli (P), gerçek değer (A) ifadeleri ile tanımlanmış ve bu değerlerin karşılaş-

Tablo 1. Yerel Halkın Demografik Bilgileri

Değişkenler	Katsayı Tahminleri					
	I	II	III	IV	V	VI
Sabit	19,520*	21,745*	18,447*	21,856*	18,978*	17,329*
ln Ni	0,001					
ln Gi	0,657*	0,744*	0,665*	0,614*	0,687*	0,691*
ln UI	-1,627*	-1,579*	-1,478*	-1,783*	-1,529*	-1,322*
KD1		1,225*				1,601*
KD2			1,154*			1,206*
KD3				-0,567**		-0,523***
KD4					0,361	0,398
R2	0,501	0,697	0,576	0,594	0,544	0,601
D-W	1,357	1,498	1,037	1,264	1,289	1,412
F - değeri	48,523	54,564	55,186	52,847	51,134	37,613

Not: (\*) / (\*\*) / (\*\*\*) işaretleri sırasıyla %1 / %5 / %10 düzeylerindeki anlamlılığı belirtmektedir

tırmaları yapılarak turizm akımının hangi ülkeler için potansiyelinin altında, hangileri için üstünde ve hangileri için potansiyeline eşit olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda izlenen yaklaşım, P-A farkının 0'dan büyük olup olmamasına göre potansiyelin belirlenmesidir. Yapılan analiz sonucunda P-A farkının pozitif olması ile turist rakamlarının sahip olunan potansiyelin altında, negatif olması ile ise potansiyelin üstünde olduğunu kabul etmektedir. Bu doğrultuda, analiz sonucunda elde edilen potansiyel akım değerleri Tablo 2'de görülmektedir. Sahip olduğu potansiyelin üzerinde turist gönderen ülkelerin listesi ise Tablo 3'te yer almaktadır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü, 20. yüzyılın ikinci yarısı itibari ile dünya ekonomisinde hızla gelişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Türk turizmi için, turizmde harekete geçme dönemi olarak kabul edilen 1983 yılından günümüze kadar geçen sürede Türkiye turizminde, turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından kayda değer gelişmeler sağlanmıştır (Aktaş 2011).

Buna rağmen 2014 yılında 34,3 milyar dolar olan turizm geliri, 2015 yılının Kasım ayında Rus jet uçağının düşürülmesinden sonra %8,3 azalarak 31 milyar 464 milyon 777 bin dolara gerilemiştir (TÜİK 2016). Benzer şekilde, İstanbul Sultanahmet'te 12 Ocak 2016'da gerçekleşen ve

Alman turist kafilesinin hedef alındığı bombalı saldırıdan sonra yılın ilk dört ayında bir önceki yıla oranla %35,43'lük bir düşüş yaşayarak 2016

Tablo 2. P-A'ya Göre Genişleme Potansiyeline Sahip Ülkeler

Ülke	P-A	Ülke	P-A
BAE.	2,991	Nijerya	1,002
Lübnan	2,764	Tayland	0,988
Katar	2,689	Lüksemburg	0,812
Kuveyt	2,122	Peru	0,764
Sudan	2,002	Panama	0,678
Yemen	2,000	Paraguay	0,531
Umman	1,984	Yunanistan	0,497
S. Arabistan	1,932	Ekvator	0,301
Azerbaycan	1,864	Dominik	0,216
Irak	1,755	Portekiz	0,113
Ürdün	1,721	Bangladeş	0,107
Cezayir	1,699	Venezuela	0,101
Mısır	1,623	Kenya	0,100
Fas	1,597	İtalya	0,098
İran	1,491	Macaristan	0,093
Pakistan	1,345	Özbekistan	0,052
Ukrayna	1,221	Slovenya	0,049
KKTC.	1,100	Slovakya	0,038
G. Afrika	1,098	Brezilya	0,021
Hindistan	1,032	Meksika	0,012
Gürcistan	1,026	Hırvatistan	0,004
Ermenistan	1,005		

yılında 10 milyon turist kaybedilmiştir (Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği 2017).

Bu kaybın ardından Türkiye, dünyanın en büyük turizm destinasyonları arasında dokuz basamak birden gerilemiştir (Turizm Data Bank 2017). Öte yandan, Türkiye'ye yönelik gerçekleştirilen 15 Temmuz 2016'daki darbe girişimi ve Türkiye'nin de içinde bulunduğu Orta Doğu ülkelerinde yaşanan bölgesel istikrarsızlıklar, te-

rör olayları ve bu olaylar doğrultusunda ortaya çıkan güvenlik açığı da Türkiye'nin son iki yıl içindeki dış turizm potansiyelini rakamsal olarak bir hayli geriletmiştir. Özellikle Almanya, Rusya gibi belirli ülke pazarlarının ziyaret ettiği ve deniz-kum-güneş gibi belirli turizm aktivitelerinin gerçekleştirildiği Türkiye gibi ülkeler için bu durum, belirli pazarlara bağlı olması sebebiyle bu ve benzeri durumlardan daha çok etkilenmektedir.

Oysa Türkiye, kültür turizminden sağlık turizmine, gastronomi turizminden ekoturizme kadar geniş yelpazede ürün ve hizmet sunumunu içerecek potansiyele sahip bir ülkedir. Türkiye'nin bu potansiyeli değerlendirmesi, hem turizmin mevsimsellik sorununu en aza indirgeyecek hem de turizm çeşitliliği sebebiyle farklı ülke pazarlarına da hitap ederek diğer ülkelerle önemli bir rekabet avantajına sahip olacaktır. Bu nedenle, Türkiye turizminin mevcut yapısının analiz edilerek gelen turist rakamı üzerinde etkili olan unsurların tespiti ve turist akımı bağlamında potansiyelin altında kalan ülkelerin saptanarak hedefe yönelik tanıtım ve teşvik politikalarının geliştirilmesi, Türkiye turizmi açısından önem arz etmektedir.

Türkiye'nin turist akımı üzerinde etkili olan unsurları ve Türkiye'nin dış turizm potansiyelini çekim modeli aracılığıyla belirlemeye çalışılan bu çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, Türkiye'yi ziyaret eden ve en az bir gece konaklama yapan turist sayısının, geldikleri ülkenin ekonomik büyüklüğü unsuru yönüyle olumlu, ülkenin uzaklığı unsuru yönünden ise olumsuz yönde etkilendiği tespit edilirken, geldikleri ülkenin nüfus açısından büyük olması unsurunun ise turist akımı üzerinde bir etkisinin bulunmadığı saptanmıştır. Ayrıca, turistlerin geldiği ülkenin Türkiye ile birtakım bağlarının (tarihsel, kültürel, etnik) veya ortak sınıra sahip olma unsurunun turist rakamları üzerinde artırıcı, ülkenin bir Müslüman ülkesi olması unsurunun ise gelen turist rakamlarını azaltıcı bir etkide bulunduğu görülmüştür. Bu sonuç, Müslüman ülkelerin çoğunlukla düşük gelir seviyesinde yer almaları, büyük çoğunluğunun Türkiye'de çok fazla gelişme göstermemiş helal turizmi konsept-

Tablo 3. P-A'ya Göre Potansiyelinin Üzerinde Turist Gönderen Ülkeler

Ülke	P-A	Ülke	P-A
Almanya	-0,084	Türkmenistan	-1,339
Hollanda	-0,093	G. Kore	-1,345
Japonya	-0,102	İsveç	-1,366
İrlanda	-0,197	Kanada	-1,402
Kazakistan	-0,201	İngiltere	-1,439
İspanya	-0,267	Filipinler	-1,498
Tunus	-0,304	Romanya	-1,516
Libya	-0,383	Arnavutluk	-1,530
İsrail	-0,411	Suriye	-1,551
Bahreyn	-0,475	Afganistan	-1,593
Endonezya	-0,529	Bulgaristan	-1,627
Singapur	-0,594	Litvanya	-1,684
Şili	-0,622	Brezilya	-1,692
Uruguay	-0,684	Kolombiya	-1,701
Fransa	-0,741	Okyanusya	-1,726
Finlandiya	-0,786	Senegal	-1,763
Arjantin	-0,858	Moldova Cum.	-1,785
Çin	-0,883	Rusya Fed.	-1,864
Estonya	-0,944	Avustralya	-1,887
Malezya	-0,981	Sırbistan	-1,896
Avusturya	-1,054	Kosova	-1,904
Belçika	-1,078	Kırgızistan	-1,945
Danimarka	-1,104	Yeni Zelanda	-1,978
İsviçre	-1,158	Malta	-1,982
İzlanda	-1,167	Letonya	-1,994
Çek Cumhuriyeti	-1,203	Bosna Hersek	-1,996
Polonya	-1,264	Makedonya	-1,998
Norveç	-1,297	Tacikistan	-2,011
ABD	-1,301	G. Kıbrıs Rum Y.	-2,014
B. Rusya	-1,326	Karadağ	-2,109

li otelleri tercih etmeleri ve genellikle inanç turizmi aktivitelerine katılmalarıyla yorumlanabilir. Turistlerin geldiği ülkenin bir Avrupa ülkesi olması unsurunun ise turist rakamları üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Çalışmadan elde edilen bir başka sonuca göre, Türkiye'ye yönelik turist akımı, sahip olduğu potansiyel bakımından değerlendirildiğinde, Türkiye'ye gelen ve en az bir gece konaklama yapan ülkelerin yarısından fazlasının potansiyelini aşan rakamlarda turist gönderdiği saptanmıştır. Ülkeler, daha fazla turist gönderme potansiyelleri bakımından incelendiğinde ilk beşte (Tablo 2) BAE, Lübnan, Katar, Kuveyt ve Sudan'ın yer aldığı görülmektedir. Potansiyelinin üzerinde turist akımına sahip ülkeler tablosu (Tablo 3) incelendiğinde ise; Almanya, Hollanda, Japonya, İrlanda ve Kazakistan'ın ilk beş ülke arasında yer aldığı görülmektedir.

Çalışma bulguları ışığında, sahip olduğu turist potansiyelinden daha az turist gönderen ülkelerin çoğunlukla orta ve alt gelir grubunda yer alan ülkeler olması sebebiyle, turizmde pazar çeşitliliğini de artırmak amacıyla, bu ülkelerin turizm analizlerinin iyi yapılması, uygun pazarlama ve tanıtım politikalarının izlenmesi ve bu ülkelere yönelik uygun turizm politikalarının benimsenmesi önem arz etmektedir. Buna ek olarak, Türkiye ile tarihsel, kültürel ve etnik bağlara sahip devletlerle gerek ikili ticari gerekse diplomatik ve dostane ilişkilerin geliştirilmesi de turist akımının artışı sağlayacaktır. Son olarak, potansiyelinin altında turist gönderen ülkeler için Türkiye özelinde tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve mevcut çalışmaların artırılması da yerinde olacaktır. Çalışma bulguları, Türkiye'yi belirli ülkelerin ziyaret ettiği ve belirli turizm aktivitelerinin gerçekleştirildiği ülke imajından kurtarabilmesi, Türkiye'nin turist akımını etkileyen faktörleri belirlemesi ve bu doğrultuda da Türkiye'nin dış turizm potansiyelini tespiti açısından önemlidir. Ayrıca, alanyazın taraması sürecinde, panel çekim modeli ile yapılan çalışmaların daha çok dış ticaret alanında yapıldığı görülmüştür. Turizm alanında panel çekim modeli ile ortaya konan bu çalışma ile alanyazına da katkıda bulunulacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'nin dış turizm potansiyelini tespit etmek ve bu potansiyeli mevcut turizm pazarları dışındaki farklı pazarlar için geliştirmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, çalışma kapsamında birtakım değişkenler kullanılmıştır. Konuya ilişkin olarak gelecekte yapılabilecek çalışmalarda, Türkiye'nin dış turizm potansiyelinin farklı değişkenler ile olan ilişkilerinin ve bu ilişkilerin turizm sektörü dışındaki çeşitli sektörlerle katkılarının, farklı analiz yöntemleri kullanılarak incelenmesinin de yararlı olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aktaş, C. (2011). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2): 163-174.
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2): 137-150.
- Balaguer, J. ve Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case, *Applied Economics*, 34 (7): 877-884.
- Boğan, E., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme, *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*, Antalya, 20-22 Mayıs 2016.
- Coşan, B. (2016). Nisan'da Türkiye'ye Gelen Turist Sayısında 17 Yılın En Büyük Düşüş Yaşandı, <http://www.hurriyet.com.tr/nisanda-turkiyeye-gelen-turist-sayisinda-17-yilinen-buyuk-dusus-yasandi-40109992>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016.
- Çardak, M. (2016). Turizm Haftası ve Terör!, <http://www.kirikhanolay.com.tr/yazarlar/mehmet-cardak/turkiye-de-teror-ortadogu-da-savas/374/>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016.
- GMKA. (2011). Çanakkale Turizm Çalıştayı Raporu, <http://docplayer.biz.tr/1640034-Canakkale-turizm-calistayi-raporu.html>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016.
- Çetin, T. ve Gürgil, F. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bartın'ın Doğal ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıkları, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (4): 255-274.
- Dalman, A. (2016). Türkiye'nin Turistik Değerleri, <http://docplayer.biz.tr/19218695-T-c-kumluca-haciveldler-dlkogretim-okulu-portakal-cdegd-gazetesid.html>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016.
- Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği. (2017). İşler: Turizm Sektörü Ağır Yaralı, <http://www.hurriyet.com.tr/isler-turizm-sektoru-agir-yarali-40327188>, Erişim Tarihi: 12 Mart 2017.
- Eita, J.H. ve Jordaan, A. C. (2007). Estimating the Tourism Potential in Namibia. MPRA, <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/5788/>, Erişim Tarihi: 15 Nisan 2017.

- Gögebakan, Y. (2015). Dünya Üzerindeki Kültürel Varlıkların Turizme ve Ekonomiye Katkısı, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5 (9): 48-71.
- Gündüz, L. ve Hatemi-J, A. (2005). Is the Tourism-Led Growth Hypothesis Valid for Turkey?, *Applied Economics Letters*, 12 (8): 499-504.
- Jiménez I. C. ve Ortuño, M. A. (2005). The Role of the Tourism Sector in Economic Development: Lessons from the Spanish Experience, *45th Congress of the European Regional Science Association*, 23-27 Ağustos 2005, Amsterdam, Hollanda.
- Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (2): 149-156.
- Katırcıoğlu, S. (2009). Trade, Tourism and Growth: The Case of Cyprus, *Applied Economics*, 41 (21): 2741-50.
- Katırcıoğlu, S. (2010). International Tourism, Higher Education, and Economic Growth: the Case of North Cyprus, *The World Economy*, 33 (12): 1955-1972.
- Kaynar, M. N. (2009). Turizm Anlayışı Değişmeli, <http://www.besam.org.tr/yazarlarimiz/mehmet-nuri-kaynar/turizm-anlay%C4%B1%C5%9F%C4%B1>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016.
- Kırbaş, S. ve Kasman, A. (2004). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünlük ve Nedensellik İlişkisi, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 220: 122-131.
- Kızılçöl, A. G. Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2): 351-360.
- Matias, A. (2004). Economic Geography, Gravity and Tourism Trade: The Case of Portugal, *1st. Congress on Tourism Economics*, Palma, 28-29 Mayıs 2004.
- Morley, C., Rosselló, J. ve Santana-Gallego, M. (2014). Gravity Models for Tourism Demand: Theory and Use, *Annals of Tourism Research*, 48: 1-10.
- Nayır, M. (2016). Turizm Sektöründe Neler Oluyor?, <http://www.sgk.com.tr/344-Makale1-turizm-sektorunde-neler-oluyor.html>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016.
- Özcan, C. C. (2015). Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisinin Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Yaklaşımı ile Analizi: Türkiye Örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 46: 177-199.
- Özer, E. Y. (2015). Turizm Sektöründeki Teşviklerin TMS-20 Çerçevesinde Muhasebeleştirilmesi ve Mardin İline Yönelik Bir Araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, A. T. (2010). Turizm Endüstrisi ve İşletmelerinde Paradigma Değişimi ve Sezgisel Kararların Önemi, *I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, Nevşehir, 27-30 Mayıs 2010.
- Pınar, İ. (2013). *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Şit, M. (2016). Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1): 109.
- Taplin, J. ve Qiu, M. (1997). Car Trip Attraction and Route Choice in Australia. *Annals of Tourism Research*, 24: 624-637.
- Tinbergen, J. (1962). *An Analysis of World Trade Flows*. New York: The Twentieth Century Fund.
- TUİK. (2016). Türkiye'nin 2016 Turizm Gelirlerinde Büyük Gerileme, <http://haberrus.com/economics/2017/01/31/turkiyenin-2016-turizm-gelirlerinde-buyuk-gerileme.html>, Erişim Tarihi: 22 Nisan 2017.
- Turizm Data Bank. (2017). 2016 Krizi Yeni Otel Yatırımlarını Frenledi, <http://www.turizmdatabank.com/haber/2016-krizi-yeni-otel-yatirimlarini-frenledi>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2017.
- TURSAB. (2016). Turizmin Ekonomideki Yeri, <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yerilgsmh-icin-deki-payi-1963-79.html>, Erişim Tarihi: 22 Kasım 2016.
- UNWTO. (2015). UNWTO Annual Report 2015, [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual\\_report\\_2015\\_lr.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf), Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2017.
- UNWTO. (2016). Tourism Highlights 2016 Edition, [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas\\_indicadores/UNTWO\\_Tourism\\_Highlights\\_2016\\_Edition.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf), Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2017.
- Usta, Ö. (1995). *Turizm*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Yavuz, S., Kabadayı, B., Savaş, N. ve Doker, A. C. (2014). Türkiye Turizm Talebi: Bir Çekim Modeli Uygulaması, *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (10): 133-141.
- Yıldırım, J. ve Öcal, N. (2004). Tourism and Economic Growth in Turkey, *Ekonomik Yaklaşım*, 15 (52-53): 131-141.
- Yüksel, İ. (2013). Turizmde Mekansal Altyapının Karşılansında Yerel Fırsatların Değerlendirilmesi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (2): 179-191.



**Buket BULUK**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2009). Burada aldığı iki yıllık eğitimini, Dikey Geçiş Sınavı ile Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde fakülte ve bölüm ikincisi olarak tamamladı (2013). 2014 yılında ÖYP ile Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı. Yüksek lisans derecesini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından (2016) aldı. Halihazırda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında doktora eğitimine devam etmektedir. Halen Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Turizm Pazarlaması, Seyahat Acentacılığı, E-Turizm'dir.



**Erol DURAN**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Otelcilik Yüksekokulu Konaklama İşletmeciliği bölümünden mezun oldu (2001). Yüksek lisans derecesini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından (2003) aldı. Doktora derecesini ise Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından (2010) aldı. 2002 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı. Doçentlik unvanını turizm alanında aldı (2016). Halen Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları Sürdürülebilir Turizm, Kültür ve Turizm Sosyolojisi'dir.

## 19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Devleti'nde Otel ve Misafirhanelere Dair Düzenlemeler

*Regulations about Guest Houses and Hotels in the Second Period of 19th Century of Ottoman Empire*

**Emrah ÇETİN\***

\*Yrd. Doç. Dr., Bartın Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, 74100, Kutlubey Kampüsü, Bartın.

E-posta: emrahc@bartin.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9330-6468

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 29 Eylül 2017

Düzeltilme: 21 Aralık 2017

Kabul: 6 Şubat 2018

#### Anahtar sözcükler: Osmanlı

Devleti, Otel, Misafirhane, Turizm,  
Konaklama.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 29 September 2017

Resubmitted: 21 December 2017

Accepted: 6 February 2018

**Key words:** Ottoman Empire,  
Hotel, Guest Houses, Tourism,  
Accommodation.

### ÖZ

XIX. yüzyılda dünyada turizmin gelişimine paralel olarak ticari, dinî, tarihî ve kültürel amaçlarla her geçen sene daha fazla sayıda insan Osmanlı topraklarına gelmeye başlamıştır. Bununla birlikte başta İstanbul olmak üzere liman kenti özelliğine sahip birçok Osmanlı şehrinde çok sayıda otel ve misafirhane açılmaya başlamıştır. Bunların sayısındaki hızlı artış hükümeti bu alanda yasal bir düzenleme yapmaya zorlamıştır. Gerek otel ve misafirhanelerin kuruluşu ve işletmesi gerekse konaklayacak turistlerin kayıt altına alınması ihtiyacını karşılamak adına bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu kapsamda dokuz maddelik bir talimatname hazırlanarak otel ve misafirhanelerle ilgili yasal zemin oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu araştırmada; Osmanlı Devleti'nin son döneminde otel ve misafirhanelerle ilgili olarak yapılan düzenlemeler ele alınacaktır. Bu doğrultuda hükümeti konaklama yerleri ile ilgili düzenleme yapmaya zorunlu kılan nedenler, yapılan yasal düzenlemeler, bunların uygulanması ve ortaya çıkan sorunlar ele alınacaktır. Böylelikle Türk turizminin tarihsel gelişimi noktasında birtakım çıkarımlarda bulunma olanağı sağlanacaktır.

### ABSTRACT

In 19th century, parallelly with the development of tourism, more and more people started to visit Ottoman lands with cultural, religious, historical and commercial reasons. In the meantime, a lot of guest houses and hotels began to be opened in the most of coastal towns of Ottomans, particularly in İstanbul. Therefore, the government needed to make legal regulations in this field. Some regulations were made about both the establishment and management of the guest houses & hotels and the recordings of the tourists staying there. In this context, a regulation consisting nine points was prepared in order to provide a legal basis about guest houses and hotels. In this study, it is tried to go over the regulations made about guest houses and hotels in the last period of Ottoman Empire. Besides, the reasons why the government needed to make regulations about accommodation facilities, the regulations made, implementation of these regulations and encountered problems are discussed. Thus, it will be possible to make inferences about the development of Turkish tourism.

### GİRİŞ

Osmanlı Devleti, XVIII ve XIX. yüzyıllarda iktisadi, idari, askerî vb. alanlarda olduğu gibi turizm meselesinde de Avrupa'yı geriden takip etmiş, yaşanan gelişmelere ve ortaya çıkan şartlara ayak uydurmaya çalışmıştır. XIX. yüzyılda Avrupa'nın Londra, Paris, Viyana gibi şehirlerinde düzenlenen sergi ve fuarlar binlerce insanın başka ülkelere seyahat etmesine vesile olduğundan bu dönemde turizmin gelişiminde büyük rol oynamıştır (Olalı ve Timur 1988). Avrupa devletlerinin artan üretimlerine pazar ve hammadde

kaynakları bulmak amacıyla düzenledikleri bu sergilerin ilk örneği, Avrupa'nın en güçlü sanayi ülkelerinden olan İngiltere'nin girişimleriyle 1851 yılında Londra'da açılan Dünya Fuarı'dır. Sergiye Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, Felenk ülkeleri, İspanya, Portekiz, Prusya, Rusya, Hindistan gibi ülkelere binlerce insan katılmıştır. Osmanlı Devleti de bu konuda yaşanan gelişmeleri yakından takip etmiş ve sergiye iştirak etmiştir. Bu hususta, Ceride-i Havadis Gazetesi'nin 24 Zilkade 1266 (1 Ekim 1850) tarihli nüshasında neşredilen bir hükümet bildirisinde; imparatorluğun sergiye katılmasındaki



amacı ülke topraklarının verimliliğini göstermek, Osmanlı tebaasının tarım, sanayi ve sanat alanlarındaki kabiliyetini kanıtlamak ve hükümetin ülkenin gelişmesi yolunda sarf ettiği gayreti ortaya koymak olarak gösterilmektedir (Önsoy 1983). Zira Tanzimat sonrası çağdaşlaşma sürecine giren Osmanlı Devleti'nin bu dönemde başlayan söz konusu uluslararası etkinliklerden uzak kalması, Avrupa'nın dört bir köşesinde düzenlenen sergi ve fuarlarla ilgilenmemesi düşünülemezdi. Nitekim Osmanlı Devleti, bu fuarlardan birçoğuna katılmış ve bu organizasyonların başladığı 1851 yılından sadece 12 yıl sonra, kendisi de İstanbul'da uluslararası bir fuar organize etmiştir (Kanca 2013). 27 Şubat 1863'te İstanbul Atmeydanı'nda açılan Sergi-i Umumi-i Osmani'ye, İngiltere, Fransa ve Avusturya'dan birçok kişi katılmıştır. Sergi, Avrupa'da büyük ilgi uyandırmış, başta Viyana olmak üzere çeşitli Avrupa şehirlerinden aralarında gazeteci, iş adamı ve fabrikatörlerin de bulunduğu gruplar sergiyi gezmek üzere İstanbul'a gelmiştir. Bunlar aynı zamanda Osmanlı topraklarını toplu halde ziyaret eden ilk turist kabileleridir. 1863 Nisan ayı başlarında gelen 142 kişilik bir grubu 450 kişilik başka bir grup takip etmiştir. Sonuncu kabile İstanbul'da beş gün kaldıktan sonra İzmir'e geçerek oradan ülkelerine dönmüşlerdir. Viyana'dan gelen başka bir grup ise iki gün sergiyi gezdikten sonra İstanbul'un tarihi yerlerini ve Boğazları gezmek amacıyla bir müddet daha burada kalmışlardır. Ayrıca çeşitli Fransız ve İngiliz kabileleri de gruplar halinde İstanbul'a seyahatler düzenlemişlerdir (Önsoy 1983).

XIX. yüzyılda Osmanlı Devleti, dünya turizm destinasyonları içinde en çok konuşulan konulardan biridir. Zira oldukça çeşitli bir etnik yapıya sahip olan devlet içinde söz konusu milletlerin her birisi çeşitli amaçlarla iç seyahatler gerçekleştiriyordu. Bunun yanı sıra Osmanlı toprakları ticari ve dinî açıdan da büyük turizm potansiyeline sahipti. Osmanlı Devleti, Mekke, Medine, Kudüs gibi üç büyük dine inananlar için kutsal kabul edilen şehirleri elinde bulunduruyor olması nedeniyle tüm dünyadan ziyaretçi çekiyordu. Bu dönemde Osmanlı turizminin gelişimini sağlayan gelişmelerden biri de misyonerlik faaliyetleridir. Osmanlı topraklarının dört bir tarafında

çalışan misyonerlerin yazdıkları raporlar, kitaplar ve gazete yazılarının Batı'da yaygınlaşmaya başlamasının ardından Osmanlı vatanına karşı duyulan ilgi daha da artmıştır. Bu da Osmanlı ülkesini ziyaret eden turist sayısının zamanla artmasına neden olmuştur (Nance 2007).

Osmanlı toprakları XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren giderek daha fazla sayıda turist çekmeye başlamıştır. Artan taleple birlikte yeni konaklama tesisleri, lokantalar, eğlence yerleri gibi liman kentlerinde giderek artan sayıdaki turistlerin ulaşım, konaklama, yiyecek, eğlence vb. gereksinimlerini karşılamak üzere yeni tesisler oluşturulmaya başlanmıştır (Özdemir 2011). Bu maksatla bazı girişimciler hükümete başvurarak yapacakları yatırım için izin alma yarışına girişmişlerdir. Bunlardan birisi olan İngiliz Cems Misiri, 1864 senesinde hükümete başvurarak, Beyoğlu'nda ve İstanbul'daki çeşitli tarihi bölgelerde yapılacak oteller için "Osmanlı Otelleri Kumpanyası" adıyla bir şirket kurulması hususunda ruhsat verilmesi talebinde bulunmuş (BOA. İ.MVL. , 529/23721, 10 Şevval 1280/19 Mart 1864) ve gerekli izinleri almıştır (BOA. İ.MVL. , 529/23721, 10 Zilkade 1281/6 Nisan 1865). Özellikle 1883 yılında "Orient Express" in ilk seferine başlayarak, yarım düzine ülkeden geçip Avrupa ile İstanbul'u bağlamasıyla birlikte Osmanlı topraklarının turizm potansiyeli daha da artmıştır (Özdemir 2011). XIX. yüzyılda Osmanlı topraklarına Avrupa sermayesinin girdiği ilk bölge Batı Anadolu'dur. İngiliz sermayesi ile inşa edilen İzmir-Aydın demiryolu bir taraftan Osmanlı topraklarını Batı kapitalizmine açarken öte yandan da bölgenin iktisadi açıdan kalkınması noktasında önemli katkılar sağlamıştır (Kurmuş 2012). İngiliz sermayesi ile inşa edilen demiryolu İzmir limanının ticari değerini daha da artırmış ve şehrin gelişimini hızlandırmıştır. Şüphesiz ulaşım olanaklarının gelişiminin turizme olumlu yönde katkısı vardır. Bu durum demiryolunun yapımından sonra başta İzmir olmak üzere Batı Anadolu kentlerinin turizm potansiyellerinin artmış olmasında da görülmektedir. Zira yüzyılın ikinci yarısından itibaren İzmir'de bulunan konaklama tesislerinin sayısında hızlı bir artış olmuştur. Benzer bir gelişimin Varna kentinde de yaşandığı görülmektedir. Rusçuk-Varna demiryolunun

inşasının ardından bölgede önemli oranda ticaret ve nüfus artışı olduğu görülmektedir. Bu iktisadi canlanmanın da etkisiyle Tuna Valisi Mithat Paşa'nın çabalarıyla Varna'da otel inşası için hisse senetlerinden teşekkül eden bir şirket kurulmuştur. Şirketin hisse sayısı 400 ve sermayesi de 4.000 liradır (Akyıldız 2005). Bu iki örnekte de görüldüğü üzere başta demiryollarının inşa edilmesi üzere Osmanlı topraklarında ulaşım olanaklarının gelişimi ve Avrupa sermayesinin Osmanlı topraklarına yönelişi ülkede turizmin gelişimine katkı sağlamıştır.

Taşımacılıkta meydana gelen gelişmeler yabancı şirketlerin Osmanlı topraklarında yatırım yapmasına neden olmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak konaklama sektöründe uluslararası standartlara sahip tesisler hizmet vermeye başlamıştır. 1841 yılında Osmanlı İstanbulu'nun ilk oteli olma sıfatını taşıyan Otel d'Angleterre, 1892'de açılan Büyük Londra Oteli ve 1895 senesinde kurulan Pera Palas, bu dönemde Avrupa standartlarına sahip otellerin başında geliyordu. Bunların yanında Petersburg, Lüksemburg, Paris, Univers, Grande Bretange, Bizans, Orient, Elysee Francis, Grand Balcon, Peşte ve Tobias otelleri de bu dönemin otelleri arasında yer alıyordu (Yılmaz 2007). Bununla birlikte özellikle İstanbul'un turizm potansiyelinin artmasına bağlı olarak Osmanlı topraklarını Avrupa'ya tanıtmak için birtakım girişimler olmuştur. Örneğin; her başkentte yaptıkları seyahati kısaca anlattıkları "Enrot" isimli bir gazete çıkartan ve gezi için 1895 yılında İstanbul'da bulunan Fransız gazeteciler Papliyo ve Lerova, İstanbul'u tanıttıkları bir gazete çıkarmak için hükümetten izin istemişlerdir. Yapılan incelemelerin ardından gazetenin basımından önce kontrol edilmesi şartıyla kendilerine onay verilmiştir (BOA. DH.MKT., 386/73, 26 Zilhicce 1312/20 Haziran 1895). Ayrıca 1898 senesinde İstanbul'un tarihi ve turistik yerleriyle coğrafya ve topografyasından bahseden "İstanbul Rehberi" isimli kitabın basımına çalışılmıştır (BOA. MF.MKT., 388/52, 24 Şevval 1315/18 Mart 1898).

Osmanlı Devleti'nde turizmin gelişimine paralel olarak otel ve konaklama yerlerinin sayısı hızla artmaya başlamıştır. Bununla birlikte turistik merkezlere yakın noktalarda ikamet eden çok sa-



Fotoğraf 1. 19. Yüzyıl Sonlarında İstanbul'un Ünlü Otellerinde Pera Palas (Yakartepe ve Binan 2011).

yıda gayrimüslim Osmanlı vatandaşının evinin bir veya birkaç odasını kiraya vermek suretiyle konaklama hizmeti sunduğu görülmektedir. Bunun üzerine otel ve konaklama yerlerine dair birtakım yasal düzenlemelerin yapılması zorunluluk haline gelmiştir.

Gerek bunların kuruluşu ve işletmesi gerekse konaklayacak turistlerin kayıt altına alınması ihtiyacını karşılamak adına bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu doğrultuda 1887 yılında, İstanbul ve çevresindeki konaklama faaliyetlerini kontrol altında tutmak ve bunlara düzen vermek amacıyla "Dersaâdet ve Bilâd-ı Selâse'de Bulunan Otel ve Misafirhâneler Hakkında Talimattır" başlıklı 11 maddelik bir düzenleme ortaya konulmuştur (BOA. ŞD. 2568/9, 8 Receb 304/2 Nisan 1887). Söz konusu talimatı hazırlayan kişi polis müşaviri Mösyö Bunt'tur. Bunt'un hazırlayarak hükümete sunduğu tasarı niteliğindeki talimat, bu alanda yapılacak olan yasal düzenlemelerin temelini oluşturmaktadır (BOA. İ.DH., 1008/79628, 11 Safer 304/9 Kasım 1886). Bununla birlikte Şûra-yı Devlet dairesinde yapılan birçok değerlendirmede otel ve konaklama yerlerinin kuruluşu, işletmesi ve turistlerin ikameti noktalarında çok sayıda öneri dile getirilmiş ve bu doğrultuda düzenlemeler yapılmıştır. Yapılan incelemeler neticesinde 1895 yılında, önceki düzenlemeler esas alınmak üzere aynı adla dokuz maddeden oluşan yeni bir talimat çıkarılmıştır (Düstûr 1335: 187-188; Düstûr 1939: 1565-1566; BOA. HR. İD., 178/43, 14 Ramazan 312/11 Mart 1895; BOA. HR.HMŞ.İŞO. , 60/26, 14 Ramazan 312/11 Mart 1895). Bu araştırmada, Osmanlı arşiv belgeleri ve tarihsel veriler ışığında Osmanlı

Devleti'nin son döneminde otel ve misafirhanelere dair düzenlemeler ile Osmanlı hükümetinin meseleye bakış açısı değerlendirilmiştir. Böylece Osmanlı turizm tarihi araştırmalarına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bununla birlikte XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla büyüyen sermayesi ile devletler için önemli bir gelir kaynağı haline gelen turizm alanında Osmanlı Devleti'nin edindiği yer, uluslararası sermayenin Türk topraklarına yönelişi ve Osmanlı turizminin uluslararası sermaye içindeki payının ortaya konulması noktasında fikir yürütülmesine katkıda bulunulmuştur.

### ALANYAZIN TARAMASI

Osmanlı turizm tarihi üzerine yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Turizm alanında yapılan birçok araştırmada Türk turizminin tarihsel boyutu üzerine çok kısa ve genellikle birbirinin tekrarı niteliğinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Araştırmacılar, "Türkiye'de Turizmin Tarihsel Gelişimi" (Yılmaz 2007), "Kervansaraylar", "Osmanlılar'da Hac" (Kozak, Kozak ve Kozak 2000) gibi başlıklar altında genel hatlarıyla Türk turizmine dair bilgiler vermektedir. Bunun yanı sıra Osmanlı turizminin gelişiminde önemli bir yeri bulunan 1863 Sergi-i Umumi-i Osmanî'ye dair de araştırmalar bulunmaktadır. Bunlar, "Osmanlı İmparatorluğu'nun Katıldığı İlk Uluslararası Sergiler ve Sergi-i Umumi-i Osmanî (1863 İstanbul Sergisi)" (Önsoy 1983), "Türkiye'de Turizmin Başlaması: Osmanlı'da Sanayileşme Çabaları: Sergi-i Umumi-i Osmanî (1863 İstanbul Uluslararası Sergisi)" (Özdemir 2011) ve "XIX. Yüzyılın İkinci Yarısında Uluslararası Osmanlı Fuarı: 1863-Sergi-i Umumi-i Osmanî" (Kanca 2013) adlı çalışmalardır. Bunlarla birlikte Türk turizminin tarihsel gelişimini ortaya koymak noktasında katkı sağlayacak daha spesifik ve kapsamlı araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Bunlar arasında; "Seyyah'tan 'Turist'e, 'Sınâat'tan 'Endüstri'ye: 'Ecânib Sınâatı,'" (Türkiye'e 'Ecânib Sınâatı' ya da 'Turizm Endüstrisi')" (Toprak 1993), "Zamansız Bir Teşebbüs: I. Dünya Savaşı Yıllarında Osmanlı İmparatorluğu'nda Turizmi Geliştirme Gayretleri" (Yüksel 2010) ve "II. Abdülhamid Döneminde Bilimsel, Kültürel ve Turistik Amaçlarla Osmanlı

Ülkesine Gelen Almanlar" (Yüksel 2012) başlıklı çalışmaları sıralamak mümkündür. Bunların yanı sıra tarafımızdan hazırlanan "Osmanlı Turizm Tarihinden Kesitler: Ernest Arman'ın Seyahat Acentesi Kurma Girişimleri" (Çetin 2017) başlıklı makale de Türk turizm tarihinin incelenmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

### YÖNTEM

Güvenilir sonuca ulaşmayı amaçlayan her araştırma bilim ve mantığa uygun şekilde bir yöntem kullanır. Sosyal bilimler ve doğa bilimlerinin yöntemleri birbirinden farklıdır. Tarihin ana temasını oluşturan tarihî olayları doğa bilimlerinin yöntemlerinden olan sıkı bir tümdengelim ya da tümevarım ile değerlendirmek oldukça zordur. Çünkü bu bilimlerin ilgilendiği konuların doğruluğu deney ile ortaya konurken tarihte böyle bir olasılık yoktur. Ayrıca doğa bilimlerinde elde edilen araştırma sonuçları yüzyıllar boyunca özelliğini koruyabilirken -yerçekimi, suyun kaldırma kuvveti, kaynama noktası vb.-, sosyal bilimlerde her kültürün ya da kuşağın kendine özgü farklı özelliklere sahip olduğu düşünüldüğünde sonuçların da değişkenlik gösterebileceği muhakkaktır (Sander 1973; Kozak 2017). Tarihi bilim haline getiren araştırmacılığın ve sorgulayıcılığının da bulunan araştırmacılar başlıca dört ana yazış tarzını benimsemişlerdir. Bunlar; rivayetçi tarih, öğretici tarih, neden nasılcı tarih ve içtimai tarih yazış yöntemleridir (Togan 1985). Tarihin yöntemi, tarihî olayları analiz etmek ve elde edilen bulgulara göre açıklamaktır. Tarihte bilgi esas olup, bilgiye ulaşmak başlıca gerekliliktir. Bilginin esasını ise tarihî kaynaklar oluşturur (Baykara 2010). Tarih kaynakları oldukça çeşitlilik gösterir. Başlıca kaynaklar; sözlü kaynaklar -tarihî şiirler, hikâyeler, efsaneler, destanlar vb.-, yazılı, çizili, sesli ve görüntülü kaynaklar -arşiv malzemeleri, resim ve fotoğraflar, gazete ve dergiler, biyografiler, hatıralar, seyahatnameler vb.-, müzelik malzeme-mezar taşları, madalyalar, paralar, arma ve mühürler vb.- olarak sınıflandırılabilir (Kütükoğlu 2014). Tarihçi, hikâyesini kurgulamak için kayıtlardan, belgelerden, maddi buluntulardan ve bazen de toplumsal belleğin

ürünlerinden, yani efsanelerden, türkülerden ve masallardan yararlanır. Bunun için kapsamlı bir kaynak taraması yapması gerekir. Araştırmanın hazırlık aşamasında konuyla ilgili bilgilerin nelerde bulunabileceğinin, bunlara nasıl ulaşılabileceğinin tespit edilmesi, fikrî ve teknik hazırlık bakımından önem taşımaktadır. Araştırmacının öncelikle araştırma yöntemini belirlemesi ve buna uygun olarak değerlendirme sürecine girmesi gereklidir (Cebeci 2002).

Bu araştırma, tarama modeli kullanılarak hazırlanmıştır. Tarama, geçmişte ya da halen var olan bir durumu gerçekliğe en uygun şekilde tespit etmeyi amaçlayan araştırma modelidir. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Önemli olan, var olanı değiştirmeye kalkışmadan gözlemleyebilmektir. Araştırmacı, önceden tutulmuş çeşitli kayıtlara -yazılı belge ve istatistikler, resimler, ses ve görüntü kayıtları vb.-, eski verilere ve alandaki kaynak kişilere başvurarak, elde edeceği dağınık verileri, kendi gözlemleri ile bir sistem içinde bütünleştirerek yorumlayabilir. Tarama modeli ile yapılan bir araştırmanın iki temel sınırlılığı vardır. Bunlar, veri bulma ve kontrol güçlüğüdür. Özellikle tarih araştırmalarında geçmişe ait yeterli verilerin bulunması ya da elde edilen bulguların güvenilirliğinin analiz edilmesi önemli problemlerdir (Karasar 2016).

Uygulanan tarama modelinde öncelikle konuyla ilgili veri analizi yapılmıştır. Bu noktada tarihsel gerçekliğe uygun olacak en güvenilir kaynaklara ulaşılmaya çalışılmıştır. Tarih araştırmalarında birinci el ve en güvenilir kaynak malzemesi arşiv belgeleridir. Bu doğrultuda öncelikle Osmanlı Arşivi'nde tarama yapılmış, konuyla ilgili belgeler tespit edilmiş, ardından bunların günümüz Türkçesine aktarımı yapılarak analiz sürecine geçilmiştir. Elde edilen belgeler zaman ve mekân esasları göz önünde bulundularak sınıflandırılmıştır. Bu noktada Osmanlı Devleti'nin son döneminde -19. yüzyılın ikinci yarısından 20. yüzyıl başlarına kadar- otel ve misafirhanelere dair yapılan düzenlemeler esas alınarak araştırma sınırlılığı belirlenmiştir. Ayrıca bazı gazeteler ve resmî yayınlar taranarak ya-

pılan düzenlemelerin toplumsal yansımaları incelenmeye çalışılmış ve arşiv belgelerinden elde edilen bilgilerin güvenilirliği başka kaynaklarla desteklenmiştir. Araştırmada, ele alınan dönemde Osmanlı Devleti'nde konaklama tesislerinin gelişimi, otel ve misafirhanelere dair ne gibi düzenlemeler yapıldığı, söz konusu düzenlemelerin ortaya çıkış sebepleri, yapılan yasal düzenlemelerin uygulanması, uygulanmadan doğan problemlerin neler olduğu gibi sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda yapılan analiz neticesinde Osmanlı hükümetini bu alanda düzenleme yapmaya iten etmenlerin neler olduğu, yapılan yasal düzenlemelerin kapsamı, uygulanması ve ortaya çıkan sonuçlar ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiştir.

Bu araştırmanın amacı, Osmanlı Devleti'nin son döneminde otel ve misafirhanelere dair düzenlemeleri ortaya koymak ve hükümetin meseleye bakış açısını değerlendirmektir. Böylece Osmanlı turizm tarihi araştırmalarına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bununla birlikte turizm alanında Osmanlı Devleti'nin edindiği yer, uluslararası sermayenin Türk topraklarına yönelişi ve Osmanlı turizminin uluslararası sermaye içindeki payının ortaya konulması noktasında fikir yürütülmesine katkıda bulunulacaktır. Araştırma yöntemi olarak öncelikle Osmanlı arşiv belgelerine dayanarak turizm alanında devletin göstermiş olduğu etkinliğe dair bilgiler derlenmiştir. Bu kapsamda yapılan yasal düzenlemeler ele alınmış, bunların turizme etki ve katkısı değerlendirilmiştir. Bu alanda yapılan düzenlemelerin kurumsal ve toplumsal karşılıkları değerlendirilerek uygulanabilirlikleri üzerinde durulmuş, uygulama alanında yaşanan sorunlar ortaya konulmuştur. Böylelikle birincil el kaynak niteliği taşıyan arşiv vesikalarına dayanarak Osmanlı turizminin gelişimine ve bu alanda gösterilen etkinliğe dair bilgiler araştırmacıların ilgisine sunulmuştur.

#### **Otel ve Misafirhanelerle İlgili Düzenleme Yapılmasını Zorunlu Kılan Nedenler**

Fransız İhtilali'nin getirdiği yeni sosyal ve hukuksal anlayış çerçevesinde kişisel hak ve hürriyetlerin korunması ve buna bağlı olarak öz-

gürlük düşüncesinin bireyler üzerindeki etkisiyle birlikte seyahat özgürlüğü kavramı gelişti. Avrupa'da kendi ülkesinden başka yerlere seyahat eden insan sayısının artması nedeniyle birçok devlet seyahat edenler için pasaport bulundurma mecburiyeti getirdi (Eralp 1983). Batı'daki örneklerine benzer şekilde Osmanlı Devleti de artan iç ve dış seyahatleri düzenlemek için birtakım girişimlerde bulundu. Tanzimat'ın ilanından önce yapılan düzenlemelerle ülke içinde seyahat edeceklerin "Mürûr Tezkeresi" adı verilen bir izin belgesi alması zorunlu hale getirildi (Turna 2014). 10 Şubat 1841 tarihinde çıkarılan "Men-i Mürûr Nizâm-nâmesi" adlı yönetmelikle iç seyahatin düzenlenmesi noktasında uygulanmakta olan kurallar yasal bir zemine oturtuldu (Çadircı 1993). Ayrıca bu dönemde yabancıların Osmanlı sınırları içinde pasaport taşımalarını öngören bir düzenleme yapıldı. 14 Şubat 1867 tarihinde "Pasaport Odası Nizâm-nâmesi" adı altında çıkarılan yönetmelikle dış seyahatin düzenlenmesine çalışıldı. Buna göre; Osmanlı sınırlarına girecek ya da dışına çıkacak herkesin bir pasaport bulundurması zorunlu hale getirildi (Çadircı 1993). Osmanlı Devleti'nde iç ve dış seyahatleri düzenlemek için yapılan tüm bu çalışmaların temelinde iç güvenliğin sağlanması düşüncesi yatıyordu. Söz konusu düzenlemelerle gerek ülke içinde gerçekleştirilen gerekse yurtdışından Osmanlı topraklarına yönelen seyahatler kontrol altına alınmaya çalışılıyordu. Zira bu dönemde iç politikada ortaya çıkacak problemlerin uluslararası bir sorun haline dönüşme olasılığı bulunuyordu. Bu sebeple hükümetin öncelikleri arasında iç güvenliğin sağlanması meselesi de yer alıyordu. Özellikle 1878 Berlin Antlaşması'yla başlayan dönemde iç ve dış politikada yeni bir dönemece girilmişti. Berlin Antlaşması'nın 23. maddesi Makedonya'da Avrupa devletlerinin denetiminde reformlar yapılmasını öngörürken, 63. maddesi Doğu Anadolu vilayetlerinde idari reformlar yapılmasını öngörmekteydi. Böylelikle yeni dönemde Osmanlı siyasetinin merkezine Doğu Anadolu'da "Ermeni Meselesi", Balkanlar'da ise "Makedonya Meselesi" oturacaktı (Özbek 2004). Osmanlı hükümeti, bu meselelerin Avrupalı devletlerin müdahalesine açık hale gelmemesi için özel bir çaba sergiliyordu. Bunun için de iç gü-

venliğin sağlanması zorunluluk olarak görülüyordu.

Seyahatlerle ilgili düzenlemelerde olduğu gibi otel ve misafirhanelere dair düzenlemelerin temelinde de güvenlik endişesi vardı. Hükümet, başta İstanbul olmak üzere Osmanlı şehirlerine gelen yabancı turistler arasında devlet aleyhinde birtakım zararlı faaliyetlerde bulunanlar olduğunu düşünüyor ve bunların kayıt altına alınarak tespit edilmeleri noktasında daha fazla özen gösterilmesini istiyordu. Zabtiye Nezaretine gönderilen yazıda; İstanbul'a gelerek otel ve misafirhanelerde konaklayan turistlerin isim, şöhrat, eşkâl ve geliş tarihlerinin belirlenmesi için konaklama yerlerinin sahipleri tarafından birer defter tutulması gerektiği belirtiliyordu. Ayrıca otel ve misafirhane sahiplerinin, hal ve hareketlerinden şüphe ettikleri birisi ile karşılaştıklarında derhal durumu en yakın polis müdüriyetine bildirmesi noktasında kendilerinin tembih edilmesi isteniyordu. Bununla birlikte güvenlik güçlerinin istasyonlar, meydanlar ve turistik merkezler gibi kalabalık yerlerde daha dikkatli davranmaları ve aylık olarak ne kadar turist gelip gittiğini gösteren bir istatistik defteri tutmaları gerektiği ifade ediliyordu (BOA. DH. MKT., 1819/46; BOA. DH.MKT., 1794/69, 1 Kanunuevvel 306/13 Aralık 1890).

Bir başka belgede, Avrupa'dan İstanbul'a çok sayıda yabancı gelmekte olduğu, bunlar arasında çeşitli suçlardan ve hatta cinayetten mahkûm bulunan birtakım kimselerin dahi bulunduğu belirtiliyordu. Bu gibi kişilerin sabıka-i halleri bilinemediğinden haklarında herhangi bir işlem yapılamadığı ve Osmanlı topraklarında rahatça gezinebildikleri ifade ediliyordu. Hatta Dorini isminde bir dış doktorunun Paris'te cinayet suçundan aranırken firar ederek İstanbul'a geldiği, burada özel dış doktorluğu yapmaya devam ettiği ve bu yolla şöhrat kazandığı bildiriliyordu. Dahası bu kişinin II. Abdülhamit'in dışçibâşılık hizmetine dahi alındığı, ancak vefatından sonra gerçek durumun ortaya çıktığı belirtiliyordu. Bundan dolayı İstanbul'a gelerek otel ve misafirhanelerde konaklayanların durumlarının tespit ve takip edilebilmesi için işletme sahipleri tarafından düzenli olarak kayıt defterleri tutulması

ve hükümet tarafından bunların tetkik edilmesinin zorunluluk olduğu vurgulanıyordu (BOA. İ.DH., 1008/79628, 11 Safer 304/9 Kasım 1886). Görüldüğü üzere bu dönemde otel ve misafirhanelere dair düzenlemelerin temelinde güvenlik endişesi vardı. Osmanlı topraklarına gelerek otel, misafirhane, han gibi konaklama yerlerinde kalanların tespit edilerek kayıt altına alınması düşüncesi bu konuda birtakım yasal düzenlemelerin yapılmasını zorunlu kılıyordu. Bu doğrultuda çalışmalarını şekillendiren hükümet, Zaptiye Nezareti ve İstanbul Polis Müdüriyeti-i Umumiyesi'nin de görüşlerine başvurarak gerekli yasal düzenlemeleri hayata geçirmeye çalıştı.

### Otel ve Misafirhanelere Dair Düzenlemeler

Osmanlı Devleti'nde otel ve misafirhanelere dair ilk çalışma 1887 yılında polis müşaviri Mösyö Bunt tarafından kaleme alınmış olan "Dersaâdet ve Bilâd-ı Selâse'de Bulunan Otel ve Misafirhâneler Hakkında Talimattır" başlıklı düzenlemedir. İstanbul ve çevresindeki konaklama faaliyetlerini kontrol altında tutmak ve bunlara düzen vermek maksadıyla hazırlanan talimat 11 maddeden oluşmaktadır (BOA. ŞD., 2568/9, 8 Receb 304/2 Nisan 1887). Söz konusu talimata göre; otel açmak ya da evinin odalarını kiralamak isteyenler öncelikle polis idaresine bilgi vereceklerdir. Otel ve misafirhanelerin tespiti için kapıları üzerine birer levha konulacaktır. Konaklama yerlerinin kısmen mi yoksa bütününü mü kiraya verileceği kapıya asılacak levhalarda gösterilecektir (1-3. maddeler).

Otel ve misafirhane sahipleri Ceza Kanunu'nun 254. maddesinde belirtilen esaslara uygun şekilde hareket edeceklerdir. İşletme sahipleri tarafından misafirlerin hangi ülkeden geldikleri, isim, şöhret, sanat, ticaret ve tabiiyetlerini belirten bir kayıt defteri tutulacaktır. Bu defterde konaklayanların ülkeye ne zaman giriş yaptıkları ve odayı hangi tarihte kiraladıkları yazılı olacak olup hiçbir suretle üzerinde herhangi bir silinti yapılmayacaktır. Bu kaideye uygun davranmayan işletme sahiplerine beş beşlikten yirmi beşliğe kadar para cezası verilecektir. Söz konusu kayıt defterinde işletme sahiplerinin adı, şöhreti, tabiiyeti, işletmenin bulunduğu mahal ve açılış tarihi yazılı olacaktır (4 ve 5. maddeler).

Kayıt defterlerini eksik dolduran veya yanlış kaydeden ya da otel ve misafirhanelere gelenlerin şüpheli kişiler olduğunu görüp de polise haber vermeyen işletme sahipleri, sahte pasaport gibi sahte evrak düzenleyenler hakkında uygulanacak cezaya çarptırılacaklardır. Güvenlik açısından gereksinim duyulduğu takdirde otel ve misafirhanelerde konaklayanların isimlerinin kaydedildiği defterler incelenmek üzere polis tarafından talep olunabilecektir. Bu durumda işletme sahipleri kayıt defterlerini polisler teslim edecek ve bunlar 24 saat süreyle polis idaresinde incelenebilecektir. Kayıt defterlerini incelemeye memur olan polisler, otel ve misafirhanelerde ikamet edenlerle buradan ayrılanların isimlerini özel bir deftere kaydedeceklerdir (6-8. maddeler).

Çeşitli suçlardan aranan ya da şüpheli olarak görülen şahısların otel ve misafirhane gibi konaklama yerlerinde gizlendikleri düşünüldüğü takdirde polisler tarafından söz konusu işletmelerde arama yapılabilecektir. Eğer suçlu ya da şüphelilerin gizlendikleri düşünülen işletme yabancı uyruklu birisine ait ise bu husustaki kanuna uygun olarak polis idaresi tarafından arama gerçekleştirilecektir. Polis memurları konaklama yerlerini dolaşarak inceleme ve arama yapacak, edep ve asayiş ihlal eden kişileri tevkif edecektir. Polis memurları tabii oldukları kanun ve talimata uygun olarak yürütecekleri tahkikatı jurnal ile merkeze bildireceklerdir. Bu hususta kanuni takibat polis meclisi ve savcılık makamı tarafından ifa edilecektir. Bu talimatın icrası Dâhiliye Nezareti tarafından gerçekleştirilecektir (9-11. maddeler).

Görüldüğü üzere polis müşaviri Mösyö Bunt tarafından kaleme alınan otel ve misafirhaneler hakkındaki talimat temelde güvenlik zafiyetinin giderilmesi ve asayişin sağlanması esasına dayanıyordu. Söz konusu talimatname Şûra-yı Devlet Tanzimat Dairesi tarafından incelenmiş ve üzerinde birtakım tadilat yapılmasının gerekli olduğu kanaatine varılmıştır. Buna göre; Avrupa'dan İstanbul'a gelen ve sabıka-i halleri bilinmeyen pek çok yabancıların birtakım sanat ve hizmetle burada yerleşip kalmalarının iktisadi ve siyasi açıdan devleti zarara uğrattığı belirtiliyordu.

Bu tarz kimselerin durumlarının tetkik edilmesi gerektiğinin Polis Nizamnamesi'nde belirtildiği, ayrıca Pasaport Nizamnamesi'nde de Osmanlı topraklarına gelecek yabancıların mürur tezkereleriyle pasaportlarının dikkatle incelenmesinin zorunlu olduğunun kaydedildiği ifade ediliyordu. Bu doğrultuda söz konusu talimatta belirtildiği üzere otel ve misafirhanelerde konaklayanlardan şüpheli görülenlerin soruşturulması için işletmelerde arama yapılmasının kanuna uygun olduğu belirtiliyor ve yabancı elçiliklerin bu hususta herhangi bir engel çıkaramayacağı vurgulanıyordu. Ancak yabancı vatandaşlardan evinin bir veya birkaç odasını kiraya verenlerin evlerine polis memurlarının girmesine elçilikler tarafından engel çıkarılabileceği belirtilerek bu noktanın tadil edilmesi gerektiği beyan ediliyordu (BOA. ŞD., 2568/9, 8 Receb 304/2 Nisan 1887).

Bununla birlikte otel ve misafirhanelere dair talimatın mümkün mertebe Avrupa ülkelerinde uygulanan usule uygun olması gerektiği belirtiliyordu. Bu doğrultuda talimatta belirtilen hükümlere uygun olarak hareket etmeyenler hakkında verilecek cezaların belirlenmesinde hukuk müşaviri Kaprıl Efendi'nin görüşlerine başvurulması gerektiği ifade ediliyordu. Mösyö Bunt'un sunduğu layihanın memleketin durumuna uygun olmayacak bazı ağır cezalar içerdiği belirtilerek bunların uygulamaya konulmasının mümkün olamayacağı beyan ediliyordu. Bu noktadan hareketle söz konusu talimatın Osmanlı Devleti'nin durumu ve idari esasları göz önünde bulundurulmak suretiyle Pasaport Nizamnamesi ile kararlaştırılan kanuna uygun şekilde tadil edilmesi gerektiği vurgulanıyordu. Ayrıca işletme sahipleri tarafından tutulacak kayıt defterlerine konaklayanların ismini kaydetmeyen veya yanlış kaydeden ya da şüpheli birisini görüp de polise haber vermeyenler hakkında sahte pasaport veya sahte evrak düzenleyenler ile ilgili ceza maddesi dairesinde işlem yapılacağı belirtilmişti ifade ediliyordu. Ancak bu hususta Pasaport Nizamnamesi'nin 155. maddesinde zikredildiği üzere sahte evrak düzenleyenlerin hapis cezası ile cezalandırılacağı beyan edildiği vurgulanarak söz konusu talimatın da bu kaideye uygun olarak düzenlenmesi gerektiği belirtiliyordu (BOA. ŞD., 2568/9, 8 Şaban 304/2 Mayıs 1887).

Mösyö Bunt'un hazırladığı talimat üzerinde yapılması istenen değişikliklerin kısa sürede hayata geçirilmesi mümkün olmamıştır. Belirlenen düzenlemelerin yapılması yıllar almış, yaklaşık dört yıl sonra meselenin sonuçlandırılması için yeni bir adım atılmıştır. Bu kapsamda talimat üzerinde gerekli tadilatı yapmak maksadıyla Zabtiye Nezareti'nde bir komisyon oluşturulmuştur. Söz konusu komisyonun yürüttüğü çalışmalar neticesinde talimatta belirtilen bazı noktalarda değişiklik yapılması öngörülmüştür. Dördüncü maddede yapılan değişikliğe göre; otel ve misafirhanelerde konaklayanların kayıtlarının tutulacağı defterlerin hem Türkçe hem de Fransızca olarak hazırlanacağı hususu eklenmiştir. Ayrıca talimatta belirtilen yükümlülükleri yerine getirmeyen işletme sahiplerine verilecek para cezası caydırıcı olmaz ve suç üç defa tekrar edilecek olursa belirli bir süre için işletmenin kapatılacağı belirtilmiştir (BOA. ŞD., 2568/9, 23 Şubat 306/7 Mart 1891). Otel ve misafirhanelere dair talimat üzerinde yapılacak tadilat Hariciye Nezareti İstisare Odası'nda da görüşülmüş ve birtakım öneriler ileri sürülmüştür. Buna göre; Osmanlı Ceza Kanunu'nun 256. maddesinde hancı ve lokantacılar gibi odalarını kiraya verenlerin bir kayıt defteri tutmaları gerektiği belirtilmiştir. Bu hususta gösterecekleri ihmalden dolayı kendilerine altı beşlikten on beşliğe kadar para cezası verilmesinin öngörüldüğü beyan edilmiştir. Bu noktadan hareketle otel ve misafirhanelerde konaklayanların kayıtlarını düzenli olarak tutmayan işletme sahiplerine de beş beşlikten yirmi beşliğe kadar para cezası yerine altı beşlikten on beşliğe kadar para cezası verilmesinin daha uygun olacağı ifade edilmiştir. Ayrıca talimatnamede belirtilen bazı hususların polis talimatnamesine de eklenmesi gerektiği bildirilmiştir (BOA. ŞD., 2568/9). Ancak teklif edilen bu düzenlemeleri uygulamaya koymak ve talimatı yayınlamak mümkün olmamış, çalışmaların sonuçlandırılması ve talimatın yayınlanması için 1895 yılına kadar beklemek gerekmiştir.

Osmanlı Devleti'nde otel ve misafirhaneler ile ilgili olarak ilk kez 1887 yılında Mösyö Bunt'un başlattığı girişimin sonuçlandırılması yıllar almıştır. Hariciye, Dâhiliye ve Zabtiye Nezaretleri, İstanbul Polis Müdüriyeti ve Şûra-yı Devlet da-

iresinde oluşturulan komisyonların yürüttüğü çalışmalar neticesinde konuyla ilgili esaslar belirlenmiş ve 1895 senesinde "Dersaâdet ve Bilâd-ı Selâse'de Bulunan Otel ve Misafirhâneler Hakkında Talimattır" başlığıyla 9 maddelik bir talimat çıkarılmıştır (Düstûr 1335: 187-188; Düstûr 1939: 1565-1566; BOA. HR. İD., 178/43, 14 Ramazan 312/11 Mart 1895; BOA. HR.HMŞ.İŞO., 60/26, 14 Ramazan 312/11 Mart 1895).

Söz konusu talimata göre; otel açacaklar ya da hanesinin odalarını kiraya verecekler öncelikle polis idaresine bilgi vereceklerdir. Otel ve misafirhanelerin bilinmesi için kapıları üzerine birer levha konulacaktır (1 ve 2. maddeler). Otel ve misafirhane sahipleri Ceza Kanunu'nun 254 ve 256. maddelerinde belirtilen kaidelere göre hareket etmeye mecbur olacaklardır. İşletme sahipleri misafirlerin hangi ülkeden geldikleri, isim, şöhret, sanat, ticaret ve tabiiyetlerini belirten bir polis defteri tutulacaklardır. Bu defterde konaklayanların ülkeye ne zaman giriş yaptıkları ve odayı hangi tarihte kiraladıkları yazılı olacak olup hiçbir suretle üzerinde herhangi bir silinti yapılmayacaktır. Bu kaideye uygun davranmayan işletme sahiplerine altı beşlikten on beşliğe kadar para cezası verilecektir. Polis defterlerinde işletme sahiplerinin isim, şöhret, doğum tarihi ve yeri, tabiiyeti, işletmenin açılış tarihi gibi bilgiler kayıtlı olacaktır (3 ve 4. maddeler).

Şüpheli görülen şahısları polise haber veremeyen işletme sahipleri Ceza Kanunnamesi'nin sahtekârlığa dair olan 15. fassında belirtilen hükümlere göre cezalandırılacaktır. Polisler kendilerince gerekli gördükleri takdirde otel ve misafirhanelere gelen yolcuların bilgilerinin kaydedildiği defterleri inceleyecek ve polis idaresi istediği zaman bu defterleri merkeze götürebilecektir (5 ve 6. maddeler). Defterlerin incelenmesine memur olan polisler otel ve misafirhanelerde ikamet edenlerin ve buradan ayrılanların isimlerini ayrı bir deftere kaydedeceklerdir. Çeşitli suçlardan dolayı şüpheli ya da mahkûm olanlar ile serseri takımından olduğu belirtilen kişilerin otel ve misafirhanelerde gizlendikleri düşünüldüğü takdirde buralarda arama yapılabilecektir. Arama yapılacak otel veya misafirhanenin sahibi yabancı uyruklu ise bu husustaki kanuna uygun

olarak polis idaresi tarafından arama gerçekleştirilecektir. Söz konusu talimatın uygulanmasına Dâhiliye Nezareti memur olacaktır (7-9. maddeler).

Görüldüğü üzere İstanbul ve çevresindeki konaklama faaliyetlerini kontrol altında tutmak ve bunlara düzen vermek maksadıyla yapılan yasal düzenlemelerin temelinde güvenlik endişesi yatıyordu. Yaklaşık sekiz yıllık çalışmanın sonucunda edinilen birikim ile kaleme alınan talimatın maddelerine bakıldığında Mösyö Bunt'un Fransa'daki benzer uygulamaları esas alarak 1887 yılında hazırladığı taslakla büyük oranda örtüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte hukuki kaidelerin daha net esaslarla belirlendiği, bu husustaki maddelerin Ceza Kanunnamesi hükümlerine uygun hale getirildiği tespit edilmektedir.

#### **Otel ve Misafirhanelere Dair Talimatın Uygulanması ve Ortaya Çıkan Sorunlar**

Öncelikle belirtmek gerekir ki 1895 yılında yürürlüğe konulan talimat hükümleri yalnızca İstanbul ve çevresindeki konaklama yerlerini kapsıyordu. Söz konusu talimat ülkenin diğer bölgelerinde uygulamaya konulmamıştır. Zira bu dönemde Osmanlı topraklarında bulunan otel ve misafirhane gibi konaklama hizmeti veren işletmelerin büyük çoğunluğu İstanbul ve çevresinde konuşlanmıştır. Bunun yanı sıra sayıları oldukça sınırlı olmakla birlikte İzmir, Selanik, Samsun gibi liman kentlerinde de çeşitli nitelikte konaklama hizmeti veren işletmeler bulunuyordu (Çiçek 2006; Ertuğrul 2009; Sarısakal t.y.).

Otel ve misafirhanelere dair düzenlemelerin uygulanmaya konulmasında birtakım sorunlar ortaya çıkmıştır. Otel ve misafirhane gibi konaklama tesisi işleten gayrimüslim işletme sahiplerinin birçoğu işletmelerinde konaklayan müşterilerin bilgilerini güvenlik birimleriyle paylaşmak istememişlerdir. Genellikle söz konusu düzenlemenin kendilerine tebliğ edilmediğini gerekçe göstererek ilgili talimatın uygulanmasına karşı çıkmışlar, bu konuda bağlı buldukları sefaletlerce de desteklenmişlerdir. Örneğin; Avusturya vatandaşı olup İstanbul'da Komersiyal adlı bir otel işletmekte bulunan Koçu İvanovic, otelde konaklayanların kimlik bilgilerini güven-



lik birimlerine vermediği gerekçesiyle hakkında işlem başlatılarak mahkemeye sevk edilmiştir. İvanovic, mahkemedeki savunmasında Avusturya Sefareti'nin isteği doğrultusunda müşterilerin kimlik bilgilerini polise vermediğini ifade etmiştir. Mahkemede hazır bulunan konsolosluk tercümanlarından Mösyö Alfred Lazard, otel ve misafirhanelere dair talimatın sefarete tebliğ edilmediği gerekçesiyle Avusturya vatandaşlarına söz konusu talimat hükümlerini uygulamaları gerektiğinin söylendiğini belirtmiştir. Bunun üzerine söz konusu kanunun sefarete tebliğ edilip edilmediğinin soruşturulmasına karar verilmiştir (BOA. HR. İD., 178/64, 28 Safer 1332/26 Ocak 1914). Bu meseleyle ilgili olarak Hariciye Nezareti'nden Adliye Nezareti'ne gönderilen cevap yazısında; ilgili talimatın sefaretlere bildirildiği, ayrıca Takvim-i Vekayi'nin 10 Mart 1328 tarih ve 1081 numaralı nüshasında yayınlanmış olduğunun Fransa, İngiltere, Avusturya, Almanya ve Rusya sefaretlarına tebliğ edildiği ifade edilmiştir (BOA. HR. İD., 178/64). Bu meseleyle dair görülen dava neticesinde İvanovic'e bir lira para cezası verilmiş ancak kendisi mahkemenin kararına itiraz ederek davayı bir üst mahkemeye taşıdığından karar uygulanamamıştır. Benzer gerekçelerle Pera'da bulunan Continental Otel'in işletmecisi Fransız vatandaşı Jaime Agustin hakkında da dava açılmıştır. Mahkemeye çıkmayı reddeden Agustin'e bir lira para cezası verilmiş ancak gıyaben verilen bu mahkûmiyete dair tebligat kendisine ulaştırılmadığından dolayı cezanın icrasına geçilememiştir (BOA. HR. İD., 178/67, 14 Receb 332/8 Haziran 1914).

İzmir'de Çanak Sokağı'nda bulunan 6 numaralı evinin odalarını kiraya vermek suretiyle işleten İtalyan vatandaşı Madam Lori Makrepo, evinde konaklayanların kimlik bilgilerini ibraz etmediği ve talimatnamede belirtildiği üzere evinin kapısına bir levha koymadığı gerekçesiyle şikâyet edilmiştir. Bu hususta Aydın Birinci Ceza Mahkemesi'nce yürütülen davaya katılması için Madam Makrepo'ya celpname gönderilmiş ancak söz konusu tebligat İtalyan konsolosluğu tarafından kendisine bir türlü bildirilmemiştir. Bundan dolayı sefaret nezdinde teşebbüste bulunularak sorunun giderilmesi istenmiştir (BOA. HR. İD., 178/65, 25 Rebûlâhir 332/23 Mart 1914).



Fotoğraf 2. Continental Otel, Pera (Yakartepe ve Binan 2011).

Görüldüğü üzere otel ve misafirhanelerle ilgili düzenlemenin hükümlerine karşı genellikle otel ve misafirhane işleten gayrimüslim Osmanlı tebaası tarafından birtakım karşı duruşlar olmuştur. Bunlar işletmelerinde konaklayan misafirlerin bilgilerini devlet birimleriyle paylaşmak istememişlerdir. Bu konuda bağlı buldukları sefaretlerce de desteklenmişler, söz konusu düzenlemenin uygulanmasını önlemeye çalışmışlardır. Bundan dolayı hükümet sık sık sefaretlere yazı göndererek uyarılarda bulunmuş ve gayrimüslim işletme sahiplerinin bilgilendirilmesini istemiştir. Hükümetin ilgili birimlere gönderdiği yazılarda; otel ve misafirhanelerde konaklayanların kayıtlarının düzenli olarak tutulması gerektiği vurgulanmıştır. Bu hususta gayrimüslim Osmanlı tebaası veya yabancı devlet vatandaşları tarafından işletilen işletmelerce istenilen özenin gösterilmesi ve güvenlik birimlerine zorluk çıkarılmayarak talep edilen bilgilerin paylaşılması gerektiği bir kez daha yabancı sefaretlere bildirilmiştir (BOA. HR. İD., 178/52, 19 Zilhicce 1329/11 Aralık 1911). Buna rağmen bu konudaki sorunları bütünüyle çözüme kavuşturmak mümkün olmamıştır.

## ÖNERİLER VE SONUÇ

Ülkemizde turizmin tarihsel gelişimi üzerine yapılmış muhtelif çalışmalar bulunmakla birlikte

Osmanlı Devleti'nde turizmin gelişimi, bu alanda devlet ve özel teşebbüs tarafından yapılan yatırımlar, otel ve konaklama merkezleri ve rehberlik gibi turizmle ilgili konularda hükümetin gerçekleştirdiği yasal düzenlemeler, seyahat için yurtdışına çıkan Osmanlı vatandaşları ile seyahat maksadıyla Osmanlı ülkesine gelen yabancı devlet vatandaşlarının sayısının ne kadar olduğu, dolayısıyla dünya turizmi içinde Türk turizminin hangi noktada yer aldığı gibi meseleleri açıklayan kapsamlı araştırmalar oldukça azdır. Söz konusu meseleleri bütüncül bir yaklaşım çerçevesinde ele alacak ve Türk turizminin dünya turizmi içindeki yerinin tespit edilmesine katkı sunacak çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu noktadan hareketle yakın zamanda alanında uzman bir araştırma grubu ile birlikte tarafımızca bu meselelerin tespitine yönelik olarak kapsamlı bir araştırma projesi yapılması planlanmaktadır.

Sanayi Devrimi ile birlikte yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler dünyada turizmin gelişimini sağlayan en önemli etmenler olmuştur. Özellikle ulaşım alanında yaşanan teknolojik gelişmelerin ardından buharlı gemiler ve demiryollarının ulaşım aracı olarak kullanılmaya başlamasıyla seyahat süreleri kısalması gibi giderler de önemli oranda azalmıştır. Bu durum daha fazla sayıda insana seyahat etme imkânı tanımıştır. Ülkeler arası seyahat sürelerinin kısalması ve masrafların azalmasıyla birlikte giderek daha fazla sayıda insan turistik amaçlarla seyahat etmeye başlamıştır. Bununla birlikte özellikle Avrupa'da XIX. yüzyılda güçlü ekonomik yapıya sahip bir orta sınıfın oluşumu ve bu kitlenin her geçen gün daha fazla turistik seyahatlere yönelmeye başlamış olması turizmin gelişimi noktasında önemli bir adım olmuştur. Fransız İhtilali sonrasında kişisel hak ve özgürlüklerin gelişmesi ve buna bağlı olarak da seyahat özgürlüğü ve güvencesinin verilmesi turistik amaçlarla yapılan seyahat sayısının artmasında başlıca etmenlerden biridir. Bu gelişmeler zamanla dünyada bir turizm pazarının oluşmasına neden olmuştur. Bunun üzerine ilki 1841 yılında Thomas Cook tarafından kurulan seyahat acentesi olmak üzere Londra, Paris, Viyana gibi Avrupa başkentlerinde sayısız seya-

hat acentesi tesis edilmiştir. Bu kuruluşlar turlar düzenleyerek daha fazla insana seyahat etme imkânı sunmuşlardır.

Özellikle XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizmin ekonomik bir pazar yaratmasıyla birlikte İngiltere, İtalya, İsviçre gibi birçok Avrupa ülkesi bu alanda yatırımlar yapmaya başlamışlardır. Bu doğrultuda Batılı devletler, Londra, Paris, Viyana gibi çeşitli Avrupa başkentlerinde düzenlenen sergi ve fuarlar aracılığıyla kendi ülkelerini tanıtmaya ve turizm pazarında daha büyük bir alan edinmeye çalışmışlardır. Bu noktada 1863 yılında İstanbul'da düzenlenen Sergi-i Umumi-i Osmani, Osmanlı Devleti'nin de kendi ülkesinin reklamını yapmaya ve artık bir pazar haline gelen turizm alanında yer edinmeye çalıştığını göstermektedir. Zira bu dönemden itibaren özellikle Avrupa'dan, Osmanlı topraklarını ziyaret etmek için giderek daha fazla sayıda insan gelmeye başlamıştır. Ayrıca Osmanlı toprakları ticari ve dinî açıdan da büyük turizm potansiyeline sahiptir. Osmanlı Devleti, Mekke, Medine, Kudüs gibi üç büyük dine inananlar için kutsal kabul edilen şehirleri elinde bulunduruyor olması nedeniyle tüm dünyadan ziyaretçi çekmiştir. Doğu-Batı ticareti açısından bir köprü vazifesi görüyor olması nedeniyle Osmanlı toprakları daima ticaret amacıyla seyahat edenlere de ev sahipliği yapmıştır.

Turizm alanında yaşanan gelişmelerin etkisiyle Osmanlı topraklarına yönelen turist sayısının artmasına paralel olarak XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren başta İstanbul olmak üzere turizm potansiyeline sahip Osmanlı şehirlerinde daha fazla sayıda konaklama, yeme-içme ve eğlence merkezleri inşa edilmeye başlanmıştır. Bu doğrultuda yerli ve yabancı girişimcilerin yatırımlarıyla özellikle İstanbul ve İzmir gibi liman kentlerinde otel ve konaklama yerlerinin sayısı hızla artmıştır. Bunun üzerine otel ve konaklama yerlerine dair birtakım yasal düzenlemelerin yapılması zorunluluk haline gelmiştir. Gerek bunların kuruluşu ve işletmesi gerekse konaklayacak turistlerin kayıt altına alınması ihtiyacını karşılamak adına bazı düzenlemeler yapılmıştır.

Bu doğrultuda 1887 yılında, İstanbul ve çevresindeki konaklama faaliyetlerini kontrol altında tutmak ve bunlara düzen vermek maksadıyla “Dersaâdet ve Bilâd-ı Selâse’de Bulunan Otel ve Misafirhâneler Hakkında Talimattır” başlıklı 11 maddelik bir düzenleme ortaya konulmuştur. Fransa’daki benzer örnekleri esas alınarak polis müşaviri Mösyö Bunt tarafından hazırlanarak hükümete sunulan tasarı niteliğindeki talimat, bu alanda yapılacak olan yasal düzenlemelerin temelini oluşturmaktadır. Ancak söz konusu talimatın tamamlanarak yürürlüğe konulması için uzun süre beklemek gerekmiştir. Bu alanda yürütülen çalışmalara katkı vermek ve meseleyi çözüme kavuşturmak için Hariciye, Dâhiliye ve Zabtiye Nezaretleri, İstanbul Polis Müdüriyeti ve Şûra-yı Devlet dairesinde komisyonlar oluşturulmuştur. Bunların yürüttüğü çalışmalar neticesinde konuyla ilgili esaslar belirlenmiş ve 1895 senesinde “Dersaâdet ve Bilâd-ı Selâse’de Bulunan Otel ve Misafirhâneler Hakkında Talimattır” başlığıyla dokuz maddelik bir talimat çıkarılmıştır.

Söz konusu talimat incelendiğinde; bu dönemde otel ve misafirhanelere dair yapılan düzenlemelerin temelinde güvenlik endişesinin yattığı görülmektedir. Osmanlı hükümeti ülkeye giriş çıkışları sıkı bir şekilde kontrol altında tutmaya ve çeşitli amaçlarla Osmanlı ülkesine gelen kişileri kayıt altına almaya çalışmıştır. İktidarın iç güvenliği sağlamaya yönelik adımlarının ve bu konudaki endişesinin temelinde devletin içinde bulunduğu hassas siyasi durum önemli bir yer tutmaktadır. Zira bu dönemde Doğu Anadolu’da “Ermeni Meselesi” ve Balkanlar’da “Makedonya Meselesi” Osmanlı siyasetinin merkezini oluşturmaktadır. Avrupalı devletler ise bu bölgelerde ortaya çıkabilecek herhangi bir karışıklığı kendi politikaları çerçevesinde değerlendirmek için hemen söz konusu topraklara ve Osmanlı siyasetine müdahale ettiklerinden hükümet bu konuda son derece hassas davranmaktadır. Bu nedenle hükümet ülke içinde herhangi bir karışıklığa sebebiyet verebilecek kişileri önceden tespit etmek, dolayısıyla iç güvenliği sağlamak için ülkeye gelen turistlerin kayıt altına alınmasını zorunluluk olarak görmektedir. Bu dönemde otel ve misafir-

hanelerle ilgili olarak yapılan düzenlemelerin temelinde de bu düşünceler yatmaktadır.

## KAYNAKÇA

### Arşiv Kaynakları

1. Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA)  
Dâhiliye Nezareti Evrakı  
Dahiliye Nezareti Mektubî Kalemî (DH.MKT), No: 386/73; 1794/69; 1819/46.  
Hariciye Nezareti Evrakı  
Hariciye Nezareti İdare (HR.İD), No: 178/43; 178/52; 178/64; 178/65; 178/67.  
Hariciye Nezareti Hukuk Müşavirliği İstişare Odası Evrakı (HR.HMŞ.İŞO), No: 60/26.  
İrade Tasnifi  
İrade Dâhiliye (İ.DH), No: 1008/79628.  
İrade Meclis-i Vâlâ (İ.MVL), No: 529/23721.  
Maarif Nezareti Evrakı  
Mektubi Kalemî (MF.MKT), No: 388/52.  
Şûra-yı Devlet Evrakı  
Şûra-yı Devlet (ŞD), No: 2568/9.

### Resmî Yayınlar ve Gazeteler

- Düstûr, Dersaadet ve Bilâd-ı Selâse’de Bulunan Otel ve Misafirhaneler Hakkında Talimattır, 1. Tertip, Cilt: 6, Ankara Devlet Matbaası, 1939: 1565-1566.  
Düstûr, Dersaadet ve Bilad-ı Selasesinde Bulunan Otel ve Misafirhaneler Hakkında Talimat, 1. Tertip, Cilt: Mütemmim, Hilal Matbaası, 1335: 187-188.  
Takvim-i Vekayi, No: 1081.

### Araştırma ve İncelemeler

- Akyıldız, A. (2005). *Anka'nın Sonbaharı Osmanlı'da İktisadî Modernleşme ve Uluslararası Sermaye*. İstanbul: İletişim Yayınları.  
Baykara, T. (2010). *Tarih Araştırma ve Yazma Metodu*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.  
Cebeci, S. (2002). *Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.  
Çadırcı, M. (1993). Tanzimat Döneminde Çıkarılan Men-i Mürûr ve Pasaport Nizâmnameleri, *Belgeler*, 15 (19): 169-185.  
Çetin, E. (2017). Osmanlı Turizm Tarihinden Kesitler: Ernest Arman'ın Seyahat Acentesi Kurma Girişimleri, *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 30: 1491-1512.  
Çiçek, Ü. (2006). *İzmir Konaklama Yapıları ve Tarihsel Gelişimi*. İzmir Ticaret Odası [http://www.izto.org.tr/Portals/0/izmirde\\_konaklama\\_yapilari\\_ve\\_tarihsel\\_gelisimi.pdf](http://www.izto.org.tr/Portals/0/izmirde_konaklama_yapilari_ve_tarihsel_gelisimi.pdf), Erişim tarihi: 11 Ağustos 2017.  
Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları: 3.  
Ertuğrul A. (2009). XIX. Yüzyılda Osmanlı'da Ortaya Çıkan Farklı Yapı Tipleri, *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 7(13): 293-312.





**Emrah ÇETİN**

Erciyes Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü'nden 2007 yılında mezun oldu. Yüksek Lisans derecesini 2009 yılında Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yakınçağ Tarihi Anabilim Dalı'ndan, doktora derecesini de 2013 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yakınçağ Tarihi Anabilim Dalı'ndan aldı. 2009 yılında Bartın Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Halen Bartın Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, yakınçağ Osmanlı sosyo-ekonomik tarihi, kurumlar tarihi, ulaşım tarihi ve şehir tarihidir.

## Destinasyon Deneyimi Bileşenleri: Antalya ve İstanbul Destinasyonları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma<sup>1</sup>

*Components of Destination Experience: A Comparative Research on Antalya and İstanbul Destinations*

İlker ŞAHİN\*, F. Özlem GÜZEL\*\*

\*Arş.Gör., Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Dumlupınar Bulvarı, 07058, Kampus Antalya.

E-posta: ilkersahin@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0516-4675

\*\*Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Dumlupınar Bulvarı, 07058, Kampus Antalya.

E-posta: ozlemguzel@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0081-3530

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 25 Nisan 2017

Düzeltilme: 18 Haziran 2017

Düzeltilme: 24 Temmuz 2017

Düzeltilme: 18 Ekim 2017

Kabul: 24 Ekim 2017

**Anahtar sözcükler:** Deneyim pazarlaması, Destinasyon deneyimi, Turist deneyimi, Antalya, İstanbul.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 25 April 2017

Resubmitted: 18 June 2017

Resubmitted: 24 July 2017

Resubmitted: 18 October 2017

Accepted: 24 October 2017

**Key words:** Experiential marketing, Destination experience, Destination attributes, Tourist experience.

## GİRİŞ

Turizm, temel anlamda ziyaret etme, gezme, görme ve hayatı farklı şekillerde yaşamaya ilişkin çeşitli deneyimlere dayalı bir endüstri (Stamboulis ve Skayannis 2003) olarak düşünüldüğün-

<sup>1</sup> Bu araştırma, Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından desteklenmiştir.

### ÖZ

Destinasyon DNA'larının yapı taşlarını oluşturan ve birbiriyle bağlantılı bütünsel bir yapı haline gelen, mimari, gastronomi, altyapı gibi çeşitli destinasyon deneyimi bileşenleri, turistlerin davranışlarını ve tatil boyunca edindikleri tecrübeleri etkileyebilmektedir. Bu bağlamda destinasyonların deneyimsel bileşenleri konusunda destinasyon yöneticileri ve turizm paydaşları arasında farkındalık yaratarak farklı bakış açıları geliştirmek büyük önem arz etmektedir. Bu araştırmanın temel amacı; (a) destinasyon deneyimini bileşenlerini sahil ve kültür destinasyonları üzerinde karşılaştırmalı ortaya koymak ve (b) bu deneyim bileşenlerine yönelik milliyetler bazında farklılıkları değerlendirmektir. İstanbul ve Antalya destinasyonlarında gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında, veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Toplam 1281 yabancı turistin katılımcı olarak yer aldığı araştırmada elde edilen bulgulara göre, destinasyon deneyimi bileşenleri olarak; yerel kültür, aktiviteler, misafirperverlik, altyapı, yenilik fırsatları, hizmet kalitesi, üstyapı estetiği, gastronomi, ulaşım, fiziki coğrafya, ekonomik değer ve duygular boyutları ortaya çıkmıştır. Bu boyutlardan fiziki coğrafya boyutu İstanbul'da, ulaşım boyutu ise Antalya'da faktörleşmemiştir. İstanbul'un altyapı, hizmet kalitesi ve ulaşım özellikleri, Antalya'nın ise duygular ve ekonomik değer özellikleri konularında Alman turistlere ilişkin algıların İngiliz ve Ruslara göre daha negatif yönü olduğunu ortaya çıkarmıştır.

### ABSTRACT

Forming the destination's DNA nucleons and becoming like integrated structure, the destination experience components such as architecture, gastronomy, substructure have the potential to effect tourists' travel experiences and their behaviours. In this context, it is thought that destination managers should discover and notice the experiential components of tourism destinations by developing particular point of views. The current study aims (a) to put forward the experiential components of resort and cultural destinations on the basis of comparative research approach, (b) to find out whether there are statistically significant differences between tourists' nationalities related to experiential components. For this purpose, embracing the quantitative research method and using 'questionnaire forms' as data collection method, the study is carried out in Antalya and İstanbul. 1281 foreign tourists in total took part in the study. The findings indicate that destination experience components are obtained as follows: local culture, activities, hospitality, substructure, novelty opportunities, service quality, superstructure esthetics, gastronomy, accessibility, physiography, economic value and emotions. The all of dimensions are discovered in both destinations with two exceptions. It is seen that the 'physiography' for İstanbul and 'accessibility' for Antalya couldn't form a dimension. The results indicate that the German tourists have more negative perceptions than Russians and English regarding the substructure, service quality, accessibility of İstanbul; and economic value and emotional aspects of Antalya.

de turistin bir destinasyonda karşılaştığı her şey bir deneyime dönüşmektedir. Destinasyonlar, deneyimlere ev sahipliği yapan ve hatıraların oluştuğu turistik çekim merkezleridir. Her destinasyon, coğrafi, kültürel ve tarihi dokusuyla birlikte ilgili ve destekleyici bileşenlere göre farklı karakterler kazanmaktadır. Bu karakterler doğrultusunda, turistler destinasyonda geçir-

dikleri tatil süresince bilişsel, duygusal ve fiziksel olarak bir takım deneyim süreçleri içinde yer almakta ve söz konusu sürecin sonunda zaman ve mekân algılarını kaybederek kendilerini içinde buldukları deneyime kaptırmaktadırlar (Csikszentmihalyi 1975; Normann 1985; Mannell vd. 1998; Edensor 2001; Çetin ve Bilgihan 2014). 21. yüzyılın post-modern turistlerinin gün geçtikçe artan 'farklı olanı deneyimleme' ve 'güzel anılar biriktirme' talebi karşısında, turizm destinasyonlarının sunduğu standart turistik mal ve hizmetlerin, günümüzün deneyimsel beklentilerinin bir miktar gerisinde kaldığı görülmektedir. Bu noktaya dikkat çeken Cohen (1979), turistin yaşadığı destinasyon deneyiminin yalnızca çeşitli turizm hizmetlerinin tüketilmesinden ibaret olmadığını belirtmektedir. Bu bağlamda ziyaret süresi boyunca turistler, destinasyonu bütüncül bir deneyim olarak tüketmektedir (Buhalis 2000; Mossberg 2007). Um ve Crompton'a (1990) göre kişilerin destinasyona ilişkin algıları aslında o destinasyonun sahip olduğu özellikleri nasıl algıladıklarına bağlıdır. Bu bağlamda destinasyonlar, post-modern turistlere neyi sunduklarını analiz ederek, duygusal arayışların dönüşümünde destinasyonlarda deneyim yaratmaya odaklanmalıdırlar. Bu noktadan hareketle bu araştırmanın destinasyon deneyimi bileşenlerine odaklanması, farklı DNA<sup>2</sup>'lara sahip iki turist çekim merkezinin karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi ve destinasyon yönetimi konusunda pratik öneriler sunulması bakımından araştırmanın özgün olduğu; bulguların ise turizm deneyimlerine etki eden destinasyon unsurlarına ilişkin mevcut bilgi birikimine ve turizm alanyazınına büyük ölçüde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma, birbirinden farklı özellikler gösteren, farklı karakterdeki ve stratejik olarak farklı konumlandırılmış iki karakteristik destinasyonda destinasyon deneyiminin nasıl şekillendiğini ve deneyim bileşenlerine ilişkin faktör yapılarının her iki destinasyonda nasıl biçimlendiğini karşılaştırmalı olarak ortaya koymayı amaçlamaktadır.

<sup>2</sup>DNA, destinasyon pazarlamacılarının yerel halk, ziyaretçiler ve potansiyel ziyaretçilerin destinasyonu nasıl algıladıklarını anlamak için kullandıkları öz kimlik öğeleridir (www.destinationthink.com).

## DESTİNASYON DENEYİMİ

Destinasyonlar, sahip olduğu mevcut sınırları dışından turist çeken çeşitli ürün ve hizmetlerin bir arada sunulduğu bölgelerdir (Pearce 1989). Araştırmalar, bir yandan turizm sektöründe deneyimlere olan talebin oldukça revaçta olduğuna işaret ederken öte yandan günümüz dünyasında turistik destinasyonların deneyimsel özellikleri itibarıyla birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içine girdiğine dikkat çekmektedir (Ritchie ve Crouch 2003; Lagiewski ve Zekan 2006; Neuhofer vd. 2012; Çetin ve Bilgihan 2014). Destinasyonu meydana getiren unsurların neler olduğu konusunda alanyazında birbirine benzer nitelikte sınıflamalar bulunmaktadır. Birbirini tamamlayıcı nitelikteki özelliklerin bir araya gelerek turistik destinasyonları oluşturduğu konusunda fikir birliğine varan araştırmacılar turistik destinasyon bileşenlerini tanımlamışlardır. Söz konusu araştırmacıların öncülerinden olan Burkart ve Medlik'e (1992) göre destinasyonlar "çekicilikler, ulaşılabilirlik ve olanaklar" olmak üzere üç temel bileşenden meydana gelmektedir. Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre destinasyonun temel bileşenleri çekicilikler, kamu ve özel sektör tesisleri, ulaşılabilirlik, imaj & nitelik, insan kaynakları ve fiyattır (WTO 2007). Ritchie ve Crouch (2003), turistik destinasyon kaynakları ve çekim unsurları üzerine değerlendirme yaparak yedi kategoriden oluşan bir sınıflama yapmıştır. Bu sınıflamayı bir adım öteye taşıyan Kim (2014), turizm deneyimlerine etki eden destinasyon özellikleri üzerinde bir ölçek geliştirme çalışması yapmıştır. Bu bağlamda destinasyon unsurlarını şu şekilde ifade etmek mümkündür (Buhalis 2000; Ritchie ve Crouch 2003; Ivanovic vd., 2009; Kim 2014): Fiziki coğrafya, kültür ve tarih, aktivite ve etkinlikler, altyapı, üstyapı, paket turlar ve geziler, duyguları hareket geçiren ambiyans, destekleyici hizmetler, gastronomi, misafirperverlik, ulaşılabilirlik, yenilik fırsatları, çevre yönetimi, hizmet kalitesi, destinasyon aidiyeti, ekonomik değer.

Destinasyonların vazgeçilmez unsurlarından biri fiziki coğrafya ve uygun iklim koşullarıdır. Fiziki coğrafya bileşenleri arasında tabiat manzaraları, doğal oluşumlar, dağlar, deniz, kumsallar, fiyortlar, ormanlar, kanyonlar, ırmaklar, vadiler,

patikalar, şelaleler vb. başta olmak üzere birçok doğa harikası yer almaktadır. Ziyaret edilen destinasyonun görülmeye değer ve hayranlık uyandıran tabiata sahip olması, turistlerin tatillerini zenginleştirmekte, onların hafızalarında olumlu anılar bırakarak deneyimlerini farklı kılmaktadır (Dwyer ve Kim 2003; Chi ve Qu 2008; Crouch 2011; Kim 2014). Bunun yanı sıra post-modern turistler günümüz dünyasında ya da geçmişte başka insanların nasıl bir yaşam tarzına sahip olduğunu merak etmekte; tüm bunları keşfetmek ve deneyimlemek için maceraperest bir anlayışla seyahat etmektedir (Prentice 2001; Page ve Hall 2003). Destinasyonlarda el sanatları, müzikal performans, güzel sanatlar, mimari ve buna benzer öğeler yoluyla ziyaretçilere yerel kültürü deneyimleme fırsatları yaşatılmaktadır. Bölgenin dokusuyla bütünleşen ve yerel özellikler taşıyan bu fırsatlar, turistlerin zihninde hatırlanabilirliği tetikleyerek ziyaretçilerin destinasyon deneyimlerini zenginleştirmektedir (Dwyer ve Kim 2003; Kim 2014). Turizm destinasyonunun hatırlanabilirliğini artıran, ziyaretçilerde olumlu duygular uyandıran ve destinasyonun farklı turist tiplerine hitap etmesini sağlayan en önemli özelliklerden biri de ziyaretçilere sunulan çeşitli türde aktivite ve etkinliklerdir. Festival, konserler, turlar, şölen, kongre, şampiyona, olimpiyat, forum vb. etkinlikler, insanların günlük yaşamın rutin aktivitelerinden bir süreliğine uzaklaşarak kaçış fırsatı elde etmelerini sağlamaktadır (Pine ve Gilmore 1999; Dwyer vd. 2000; Dwyer ve Kim 2003; Kim 2014). Ayrıca turistler, destinasyonları ziyaretleri esnasında yörede yaşayan yerel halk ile birebir temas kurmaktadır. Bu bağlamda yerel halk ve gösterilen misafirperverlikte önemli bir deneyim bileşenine dönüşmektedir. Bilmediği bir destinasyonu ziyaret eden bir turist, ziyaret noktalarına ulaşım için yol tarifi, uygun konaklama ve yeme-içme hizmetlerine erişim başta olmak üzere hemen hemen her konuda bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Hakkında çok az bilgi sahibi olduğu bir yerde bilgi arayışında olan turistin yardım isteyeceği ilk kişilerin başında yerel halka mensup insanlar gelmektedir. Yerel halk ile iletişim kuran ve karşılığında sıcak ilgi ve yardımsever tavırlar gören bir turist, bölge halkının oldukça samimi ve misafirperver insanlardan oluştu-

ğu algısına kapılacaktır (Machlis ve Burch 1983; Driscoll vd. 1994).

Araştırmacılar, bir ülkenin altyapı imkânlarının, turizm destinasyonunun çekiciliğini belirleyen ve turistik mal ve hizmetlere erişimi kolaylaştıran en önemli unsurların başında geldiğini belirtmektedir (Chew 1987; Gunn 1988; Inskeep 1991; Sakai 2006). Ritchie ve Crouch (2003), turist hizmetleri sürecinde turizm destinasyonlarının eskisi gibi pasif bir rolle yetinmediğini, rekabet gücünü artırmak için stratejik pazarlama modellerine odaklandığını belirtmektedir. Rekabetçi koşullara ayak uyduran destinasyonlarda turist enformasyon ofisleri, kongre ve ziyaretçi büroları, yerel veya ulusal turizm kuruluşları, ekonomik gelişim ajansları açılmakta, bununla birlikte kamu güvenliği, posta ve kargo hizmetleri, sağlık hizmetleri ve eğitim sistemleri, perakendecilik, engellilere yönelik hizmetler vb. unsurların geliştirilmesine özen gösterilmektedir (Ritchie ve Crouch 2003). Ayrıca altyapıya paralel olarak turistlerin bölgeye erişimini sağlayan ulaşılabilirlik, destinasyon özelliklerinin olmazsa olmazlarından biri olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Kolay ve kaliteli ulaşım imkânlarına sahip destinasyonlarda hatırlanabilir deneyimleri destekleyerek tatil deneyiminin pozitif yönde etkilemesi, çekiciliklerin meydana getirilmesi ve bunların kusursuz bir şekilde sürdürülebilmesi mümkündür (Kaul 1985; Driscoll vd. 1994; Buhalis 2000; Dwyer ve Kim 2003; Khadaroo ve Seetana 2008). Altyapının ve ulaşılabilirliğin yanı sıra üst-yapı özellikleri de destinasyon deneyimini zenginleştirmektedir. Mossberg (2007) otel dizaynı, restoran tasarımı/iç mimarisi ve insan yapımı olan çekiciliklerin üst-yapıya örnek teşkil ettiğini belirtmektedir. Bu durum Pine ve Gilmore'un (1998) 'estetik deneyim' boyutuna karşılık gelirken Schmitt'in (1999) ise duyuşal modül kapsamında değerlendirilmektedir. Oral ve Çelik'in (2013) tur operatörlerinin turistlere sundukları ürünlerin estetik değerine yönelik yaptıkları araştırmada, destinasyondaki estetik değerler ile tatmin arasında olumlu ilişki gözlenmiştir. Elde edilen bulgular bize destinasyonda yer alan üst-yapı bileşenlerine ilişkin genel mimari, tasarım, dekor gibi özelliklerin turistlerin estetik anlayış-



ları ve beklentileriyle uyumlu olması gerektiği konusunda ipuçları vermektedir. Turistler tatilleri süresince görsel açıdan güzel olarak algıladıkları yapıları ziyaret etmekten ve onları fotoğrafalamaktan zevk duymakta ve görsel tatmin sağlamaktadır.

Destinasyon deneyiminde bir diğer önemli boyut, hizmet kalitesidir. Turistler, hizmetin üretim ve tüketim süreçlerinde firmalar ile temas halindedir. Dolayısıyla turistler, sunulan hizmetin kalitesini kendilerine göre değerlendirme olanağına sahiptirler ve tatillerine anlam katan, tatil deneyimini zenginleştiren kaliteli hizmet almayı istemektedirler (Pine ve Gilmore 2000; Go ve Govers 2000; Murphy vd. 2000; Kandampully 2000). Bu sebeple hizmet kalitesi destinasyonda yaşanan toplam turizm deneyimi içinde kritik ve önemli bir yer edinmiş; bununla birlikte turizm işletmelerinin ne derece başarılı olduklarını ortaya koymaya başlamıştır. Bu çerçevede alanyazın incelendiğinde, yüksek hizmet kalitesi sunan turizm destinasyonlarının turistlere tatminkâr ve eğlenceli deneyimler yaşatması ve böylelikle pazardaki rakipleri arasında fark yaratması mümkün görünmektedir (Otto ve Ritchie 1996; Kim 2014). Destinasyonun özelliklerden biri de algılanan ekonomik değer (fiyat-değer) unsurudur. Bu durum ekonomi terminolojisinde sıkça kullanılan fiyat-performans oranıdır. Bu özellik turistlerin destinasyonu fiyat ve değer açısından değerlendirmesiyle ilgili bir durumdur. Turistlerin destinasyonu ziyaret etmek uğruna yaptıkları masrafların, sarf ettikleri eforun ve harcadıkları toplam paranın yaşamış oldukları destinasyon deneyimine değer olduğunu düşünmelerinin hem destinasyon imajına hem de hatırlanabilirliğine olumlu yönde etki edeceği öngörülmektedir (Driscoll vd. 1994; Kozak 2001; Dwyer ve Kim 2003; Chi ve Qu 2008).

Günümüz turistleri sıradanlaşmış tekdüze bir tatil geçirmek yerine, farklı anılar yaşamayı tercih etmektedir. Cohen'e (1979) göre turist, fitratında yenilik arayışını barındıran; bu yenilikten ve belki de bir daha aynısını yaşayamayacağı bir tatilden elde ettiği eşsiz deneyimden haz duyma beklentisiyle yolculuk yapan bir seyyah gibidir. Yenilik kavramından kastedilen kişinin yaşamı-

na eşsiz ve daha önce tecrübe etmediği farklı bir deneyim getirmektir. Lee ve Crompton (1992) yenilik olası düzeyinin destinasyondaki tarihi kalıntılar, kültürel atmosfer, çevre, yerel halk ve diğer ziyaretçilerle ilişkili olarak değişebileceği görüşünü ortaya atmaktadır. Söz konusu görüşler ışığında bir bütün olarak düşünüldüğünde destinasyonların ziyaretçilerine yenilik fırsatları sunma (novelty) fikri turizm sektöründe 'eşsiz deneyimler yaratma' girişiminden kaynaklanmaktadır. Destinasyonda yenilik ile paralel olarak ele alınabilecek olan bir diğer boyut ise destinasyonun tetikleyeceği ve turiste yaşatacağı duygulardır. Cohen'e (1979) göre turistler, günlük rutinden geçici bir süreliğine uzaklaşıp kendileri için daha anlamlı deneyimler yaşayabilecekleri herhangi bir yere seyahat etme eğilimi göstermektedirler. Boorstin (1964) ve MacCannell'e (1973) göre ise insanlar, monoton hayatlarında her gün aynı ya da benzer şeylerle zaman geçirmektedir. Bu tekdüze bir yaşamlarına bir renk katmak amacıyla insanlar zaman zaman otantik farklı ülke ve kültürlerle seyahat etme ihtiyacı hissederek daha tatmin edici bir yaşam biçimine yönelmektedir. Destinasyonun sunduğu olanaklar böylelikle kişinin olumlu duygular yaşamasına ve kendini iyi hissetmesine yol açabilmektedir. Alanyazın taramasında görüldüğü üzere destinasyon deneyimi bileşenleri çok boyutlu düşünülmelidir. Destinasyon deneyimi bileşenlerinin ortaya çıkarılması turistlerin destinasyon seçim kararlarını yönlendirmek, tatil deneyimi memnuniyetlerini ve tatil sonrası davranışlarını etkileyebilmek açısından önem arz etmektedir.

## YÖNTEM

Karşılaştırmalı olarak destinasyonların deneysel bileşenlerini ortaya koymak amacıyla nicel araştırma yöntemi esas alınmış; veri toplama aracı olarak ise anket tekniğinden faydalanılmıştır. Destinasyon deneyimi bileşenlerine yönelik soru formunda kullanılan ifadelerin büyük bir bölümü Kim (2014) tarafından geliştirilen 'Hatırlanabilir Turizm Deneyimlerini Etkileyen Destinasyon Özellikleri Ölçeği'nden uyarlanmıştır. Diğer ifadeler ise Lee ve Crompton (1992); Driscoll vd. (1994); Tribe ve Snaith (1998); Pine ve Gil-

more (1998); Kozak (2001); Fields (2002); Dwyer ve Kim (2003); Kivela ve Crotts (2005, 2006); Oh, Fiore ve Jeoung (2007); Feng ve Jang (2007); Chi ve Qu (2008); Zhang ve Chow (2008) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Kültürel geçerliliği uzmanlar tarafından yapılan ölçek, anadili Rusça ve Almanca olan eğitimciler tarafından yabancı dillere çevrilmiştir. Daha sonra farklı uzman kişilerce İngilizce'den Rusça ve Almancaya yapılan çeviriler tekrarlanmış ve bu sayede üç dilde de aynı anlamı veren ifadeler elde edilmiştir. Çalışma kapsamında 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum). Araştırma sahası olarak ise İstanbul ve Antalya destinasyonları tercih edilmiştir. Bu tercihin birincil nedeni destinasyon deneyimi bileşenlerini sahil ve kültür destinasyonları üzerinde karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktır. Bununla birlikte, İstanbul ve Antalya'nın Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre 2015 yılı yaz döneminde en fazla turist çeken destinasyonlar olması bu tercihi destekler niteliktedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından açıklanan istatistiklere göre, 2015 yaz sezonunun Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında Antalya'yı 5,436,426; İstanbul'u ise 3,829,799 yabancı turist ziyaret etmiştir. Bu aylarını kapsayan yaz turizm sezonu baz alındığında, bu dönem içinde ülkemizi ziyaret eden turistlerin %37'sinin Antalya, %26'sının ise İstanbul'a geldiği görülmektedir. Anketler, turizm sezonu boyunca, destinasyonların önemli ziyaret noktalarında (Sultanahmet Meydanı, Hipodrom Meydanı, Ayasofya Müzesi ve Topkapı Sarayı çevresi, Kaleiçi, Saat Kulesi çevresi, Cumhuriyet Meydanı, Antalya Yat Limanı, Konyaaltı Sahili), havalimanlarında, günlük turlarda (Kemer, Belek, Alanya, Side) ve otellerde uygulanmıştır. 134 örneklem üzerinde gerçekleştirilen pilot çalışma sonrasında net anlaşılmadığı tespit edilen ifadeler üzerinde düzeltme yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, 2015 yılı yaz turizm sezonunda Antalya ve İstanbul destinasyonunu bireysel veya paket tur organizasyonu ile ziyaret eden; ağırlığı Rus, Alman ve İngilizlerden oluşan farklı milliyetlere mensup yabancı turistler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında tesadüfi olmayan örneklem

yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla "Destinasyonda minimum üç gün geçirmiş" olma şartını taşıyan turistlerin araştırmaya dâhil edilmesine özen gösterilmiştir. Katılımcılar, yargısal örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Raosoft yazılımı %95 güven düzeyinde minimum örneklem miktarı olarak 385 örnekleme ulaşımları gerektiği sonucunu ortaya çıkarmıştır. Yazılım hesaplamalarına uygun olarak 687'si İstanbul, 594'ü ise Antalya'da olmak üzere toplam 1281 yabancı turiste anket uygulanmıştır.

## BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerin belirlenmesi amacıyla yapılan Frekans Analizi sonuçları her iki destinasyonda da toplam kadın katılımcı sayısının (n:690) erkeklere oranla (n:591) daha fazla olduğunu göstermektedir. Yaş dağılımına ilişkin veriler incelendiğinde oldukça genç bir turist profili elde edildiği dikkat çekmektedir. Bulgulara göre İstanbul'u ziyaret eden katılımcıların büyük oranda (%62,9) internet ve sosyal medya kullanıcısı olduğu; İstanbul hakkında bilgi edinme aracı olarak internetten faydalandıkları ortaya çıkmıştır. Bilgi kaynağı olarak internet (%34,5) ve seyahat acentelerini (%34,8) kullanan Antalya ziyaretçilerine ilişkin oransal dağılımın birbirine oldukça yakın olduğu gözlenmektedir.

Destinasyon özelliklerinin hangi faktörlerden meydana geldiğini ortaya koymak amacıyla, araştırmada yer alan toplam 41 ifadenin, Varimax döndürme yöntemi yardımıyla Açıklayıcı Faktör Analizine (AFA) tabi tutulmasına karar verilmiştir. Araştırma kapsamında anket uygulamasının gerçekleştirildiği turizm destinasyonuna göre farklı faktör yapılarının ortaya çıkıp çıkmadığını tespit etmek amacıyla İstanbul ve Antalya için ayrı ayrı AFA analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu sayede faktörlerde ortaya çıkan bölgesel farklılıklar incelenerek net bir faktör yapılarının elde edilmesi amaçlanmıştır. İlk adım olarak açıklayıcı faktör analizine dâhil edilmesi planlanan ifadelerin normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlamadığı incelenmiştir. İfadelerin çarpıklık ve basıklık katsayıları dikkate alınmış ve dağılımın -1,96 ila +1,96 arasında değerler sergilediği gözlenmiştir. Buna göre söz konusu ifadelerin tama-

mında normal dağılım varsayımının karşılandığı görülmüştür. AFA neticesinde elde edilen değerler Tablo 1’de gösterilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere ise Bartlett Küresellik Testi’nden yararlanılmıştır. Öte yandan ölçek güvenilirliklerinin test edilmesi amacıyla Cronbach’s Alpha katsayıları incelenmiştir. Tablo 1’de yer alan değerler incelendiğinde, ilk aşamada gerçekleştirilen iki AFA analizinde de Bartlett Küresellik Testine göre anlamlılığın “,000” değerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuç faktör analizinde yer alan ifadelerin birbiriyle ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Her bir faktörün içsel tutarlılıkları için hesaplanan Cronbach’s Alpha değerlerinin “0,57” ile “0,84” arasında değişen değerler aldığı ve birkaç faktörün içsel güvenilirliğinin düşük olduğu görülmüştür. Nunnally (1978) 0,70 ve üzeri Cronbach katsayısının iyi düzeyde içsel güvenilirliğe işaret ettiğini ancak konu bakımından gelişim sürecinin ilk aşamalarında olan araştırmalarda 0,50-0,60 arasındaki güvenilirlik katsayısının kabul edilebilir olduğuna dikkat çekmektedir. Shoukri ve Edge (1996) ise 0,40-0,75 arası değerlerin iyi uyuma işaret ettiğini vurgulamaktadır. Araştırmanın karşılaştırmalı analiz yaklaşımı sergilemesi, odaklandığı konunun gelişim sürecinde olması ve ilgili referans değerleri dikkate alındığında tatminkâr düzeyde içsel güvenilirliğinin sağlandığı kabul edilmiştir. AFA ilk olarak İstanbul destinasyonu için uygulanmıştır. Tablo 1 incelendiğinde İstanbul için 0,90 Cronbach Alpha katsayısına ulaşıldığı görülmektedir. Bu sonuç ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

AFA analizleri sonucunda elde edilen KMO değerleri (0,882) incelendiğinde örneklem sayısının faktör analizi yapmak için yeterli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. KMO değerleri değişkenlerin yeterli korelasyona sahip olduğunu ve ortak faktörü paylaştığını göstermektedir. İstanbul için gerçekleştirilen AFA’da eş kökenliği 0,50’nin altında olan üç ifade analizden çıkarılmıştır. Ardından, boyutların hiçbirinde 0,40’ın üzerinde faktör yükü elde edemeyen bir ifade daha analizden çıkarılarak analizin anlamlılığı arttırılmaya çalışılmıştır. İstanbul destinasyonuna yönelik gerçekleştirilen analiz sonuçları 11 faktör grubu altında toplamda 34 değişkenden

oluşan yapının toplam varyansının %62 oranında olduğuna işaret etmektedir.

İkinci AFA, Antalya destinasyonu için uygulanmıştır. Tablo 1 incelendiğinde Antalya için 0,92 değerinde Cronbach Alpha katsayısına ulaşıldığı ve ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen KMO değerleri (0,897) incelendiğinde ise örneklem sayısının faktör analizi yapmak için yeterli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu destinasyonda da ortaya çıkan KMO değerleri değişkenlerin yeterli korelasyona sahip olduğunu ve ortak faktörü paylaştığını göstermektedir.

Antalya için uygulanmış ve eş kökenliği 0,50’nin altında olan bir ifade analizden çıkarılmıştır. Ardından, 0,40’ın üzerinde faktör yükü elde edemeyen ve benzer faktör yüküyle birden fazla boyut altında toplanan üç ifade daha analizden çıkarılmıştır. Anlamlı bir dağılım elde etmek amacıyla, 41 ifadenin 36 tanesi analize dâhil edilmiştir. Antalya’ya ilişkin analiz sonuçları 11 faktör grubu altında toplamda 37 değişkenden oluşan yapının toplam varyansının %69 oranında olduğunu göstermektedir (Tablo 1). İki destinasyon karşılaştırıldığında, İstanbul’un toplam yedi faktörde Antalya’dan daha yüksek ortalamalar elde ettiği görülmektedir. Yerel kültür, aktiviteler, gastronomi, fiyat-değer, duygular olarak isimlendirilmiş olan beş faktörde İstanbul daha yüksek ortalamalara ulaşmış olmasına rağmen, bu farkın çok yüksek düzeyde olmadığı görülmüştür. Öte yandan misafirperverlik (ort:4,1) ve altyapı (ort:3,6) boyutlarında her iki destinasyonun aynı ortalamalar elde ettiği göze çarpmaktadır. Dikkat çeken bir diğer unsur ise İstanbul’un, üstyapı estetiği faktöründe Antalya’ya oranla daha olumlu bir ziyaretçi algısına sahip olmasıdır. Her iki destinasyonun ‘üstyapı estetiği’ faktörlerine ilişkin ortalamalar kıyaslandığında aradaki farkın 0,7 puan olduğu ve İstanbul’un üstyapı estetiğine ilişkin ziyaretçi algısı konusunda Antalya’ya göre daha üstün bir performans ortaya koyduğu ortaya çıkmıştır. Buna karşın Antalya’da turistlerin hizmet kalitesi algısı, İstanbul’a oranla daha olumlu yöndedir.

Araştırma kapsamında destinasyon bileşenlerine ilişkin algıların turistlerin milliyetlerine göre

Tablo 1. Destinasyonlara İlişkin AFA Sonuçları

Faktörler ve İfadeler		Faktör Yüğü		Öz Değer		Açıklanan Varyans (%)		Cronbach Alpha ( $\alpha$ )	
Ortalama İst/Ant		İst	Ant	İst	Ant	İst	Ant	İst	Ant
<b>Faktör 1: Yerel Kültür</b> (4,0/3,7)				1,25	1,58	4,91	6,23	,61	,77
Yerel yaşam tarzını deneyimleme		,74	,73						
Gezi programları ve rehberli turlar		,59	,77						
Yerel kültürü deneyimleme		,70	,75						
<b>Faktör 2: Aktiviteler</b> (3,7/3,5)				1,00	1,69	3,91	6,73	,54	,78
Spor ve rekreasyon imkanları		,50	,67						
Sıra dışı aktiviteler		,74	,77						
İlgi çeken aktiviteler		,60	,74						
Gece hayatı ve akşam aktiviteleri		,71	,52						
Zengin alışveriş imkânları		,47	,67						
<b>Faktör 3: Misafirperverlik</b> (4,1/4,1)				2,18	1,22	6,96	5,69	,82	,75
Sıcakkanlı yerel halk		,81	,79						
Yardımsaver yerel halk		,85	,85						
Bildiklerini paylaşan yerel halk		,73	,64						
<b>Faktör 4: Altyapı</b> (3,6/3,6)				1,70	1,23	6,51	5,76	,69	,73
İyi tasarlanmış ve kaliteli altyapı		,40	,58						
Yön işaretleri ve levhaların yeterliliği		,62	,81						
Kolay ulaşılır turizm enformasyon ofisleri		,64	,76						
<b>Faktör 5: Yenilik Fırsatları</b> (4,4/3,9)				1,89	1,45	6,75	6,16	,83	,83
Sıra dışı deneyim fırsatları		,76	,70						
Yeni deneyim fırsatları		,82	,81						
Yeni keşifler yapma fırsatları		,78	,75						
<b>Faktör 6: Ulaşım</b> (3,7/---)				1,29	---	4,96	---	,57	---
Turistik yerlere kolay ulaşım		,64	---						
Destinasyona ulaşımın kolaylığı		,63	---						
Destinasyon içi kolay ulaşım/toplu taşıma		,76	---						
<b>Faktör 7: Hizmet Kalitesi</b> (3,8/4,0)				1,06	1,37	4,41	5,79	,74	,74
Kibar ve sıcakkanlı personel		,48	,73						
Kişiselleştirilmiş hizmet		,55	,80						
Üst düzey hizmet kalitesi		,53	,76						
<b>Faktör 8: Üstyapı Estetiği</b> (4,5/3,8)				1,37	1,18	5,50	8,53	,70	,70
İlginç yapılar		,72	,72						
Güzel şehir mimarisi		,77	,82						
Estetik mimari yapılar		,71	,80						
<b>Faktör 9: Gastronomi</b> (4,0/3,9)				1,17	1,08	4,87	5,68	,62	,62
Türk mutfağını deneyimleme		,47	,65						
Dünya mutfaklarını deneyimleme		,76	,82						
Farklı gastronomik deneyim olanakları		,75	,74						
<b>Faktör 10: Ekonomik Değer</b> (3,8/3,7)				1,54	2,68	6,17	6,81	,76	,76
Ekonomik yiyecek & konaklama fiyatları		,81	,75						
Ekonomik giriş ücretleri/etkinlik biletleri		,81	,80						
Ekonomik değer		,70	,75						
<b>Faktör 11: Duygular</b> (4,2/4,4)				8,58	2,11	7,34	6,73	,79	,79
İyi duygular uyandıran atmosfer		,54	,44						
Büyüleyici destinasyon deneyimi		,57	,45						
Rutin hayattan uzaklaşma		,71	,73						
Farklı bir zaman/mekân algısı yaratma		,65	,70						
Rahatlatan destinasyon deneyimi		,75	,68						
<b>Faktör 12: Fiziki Coğrafya</b> (---/4,3)				---	1,00	---	5,09	---	,70
Büyüleyici ve etkileyici manzaralar		---	,83						
Güzel hava ve iklim		---	,79						
Farklı ekolojik alanlar		---	,73						
İstanbul: KMO: 0,882; Bartlett's Test: 8293,106; p: 0,000, $\alpha$ :0,90; Varyans Açıklama: %62,34					Antalya: KMO: 0,897; Bartlett's Test: 9737,683; p: 0,000; $\alpha$ :0,92; Varyans Açıklama: %69,25				

anlamli bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla tek yönlü Manova analizinden yararlanılmıştır. Öncelikle analiz kapsamında varyansların eşitliği varsayımının sağlanıp sağlanmadığını tespit etmek amacıyla Levene Testi'nden yararlanılmıştır. Levene Testi sonuçları 0,05'in üzerinde anlamlılık değeri elde eden değişkenler (Altyapı, Ulaşım, Hizmet Kalitesi, Duygular) tespit edilmiştir. Analiz neticesinde ortaya çıkan p değerleri varyansların eşitliği varsayımının sağlandığını göstermektedir (p >0,05). Gruplar boyunca değişkenler arasında korelasyonun eşit olduğu varsayımını test etmek amacıyla ise Box's M Testi'nden faydalanılmıştır. Levene Testi neticesinde 0.05'den düşük p değeri elde eden ve milliyetler arası anlamlı farklılık göstermeyen değişkenler analizden çıkarılarak test bir kez daha tekrarlanmıştır. Box's M Testi sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin (sig.=0,103; sig=0,102), minimum değer olarak kabul edilen 0,05'ten büyük olduğu görülmüştür. Öte yandan Huberty ve Petoskey'e (2000) göre p değerinin 0,005'den büyük olması değişkenler arasında korelasyonun eşit olduğuna işaret etmektedir. Bu bilgiler ışığında p değerinin her iki referans düzeyinin üstünde olduğu görülmüş ve gruplar boyunca değişkenler arasında korelasyonun eşit olduğu varsayımının sağlandığı kabul edilmiştir (İstanbul: Box's M:29,032; p=0,103>0,05; Antalya: Box's M:30,267; p=0,073>0,05).

Wilks' Lambda Testi sonucunda elde edilen anlamlılık değerleri (p<0,05) İstanbul ve Antalya destinasyonlarına ilişkin deneyim bileşenleri arasında turistlerin milliyetlerine göre anlamlı bir farkın var olduğuna işaret etmektedir (İstanbul: Wilks Lambda ( $\lambda$ ) = 0,816; F= 6,301; p < ,001; Antalya: Wilks Lambda ( $\lambda$ ) = 0,905; F= 7,490; p < ,001). Farkın hangi milliyetler arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacıyla çoklu karşılaştırmalara imkân veren ve yaygın Post-Hoc uygulamalarından olan Tukey Testi'nden faydalanılmıştır. Tukey Testi sonuçları İstanbul'un ziyaretçilerine sunduğu "altyapı, ulaşım, duygular ve hizmet kalitesi" faktörlerinde Alman turistlere ait ortalamaların, İngiliz ve Ruslara göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklı olduğunu göstermektedir. Bulgulara göre İstanbul'un altyapı olanakları konusunda Almanlar (3,3), İngiliz (3,8) ve

Ruslara (4,0) göre daha düşük ortalamalara sahiptir. Başka bir ifadeyle Almanlar, İstanbul destinasyonun sahip olduğu altyapı imkânlarının yeterli olduğu düşüncesini desteklememektedir. Öte yandan İstanbul'un altyapı imkânları konusunda Rus turistlerin algıları Alman ve İngilizlere göre bir miktar daha olumlu yöndedir. İstanbul'un ulaşım olanakları konusunda ise İngilizler ve Rusların Almanlara göre daha olumlu düşünceye sahip oldukları ortaya çıkmıştır. İngilizler İstanbul'un ulaşım olanaklarını ve sunulan hizmet kalitesini nispeten yeterli (4,0) bulurken aynı durum Almanlar (3,6) için söz konusu değildir. Bulgular İstanbul'u ziyaret eden Almanların destinasyonun kendilerine sunduğu altyapı ve ulaşım imkânları ile hizmet kalitesinin yeterli olduğu fikrini desteklemediklerini ve nötr bir düşünce ortaya koyduklarını göstermektedir. Elde edilen bulgulara dayanarak Alman turistlerin söz konusu hususlarda İngiliz ve Ruslara göre daha olumsuz bir algıya sahip oldukları söylenebilir. Buna göre Almanların İstanbul'un ulaşım, altyapı ve hizmet kalitesinin yeterliliği konusunda çekimser oldukları sonucuna ulaşılabilir.

MANOVA kapsamında İstanbul'a yönelik gerçekleştirilen işlem basamakları Antalya destinasyonu için tekrarlanmıştır. Antalya destinasyonunda Levene Testi neticesinde '0,05'in üzerinde değer elde eden faktörler (Hizmet Kalitesi, Duygular, Ekonomik Değer, Misafirperverlik) analize dâhil edilmiştir. Sonuçlar Antalya'da destinasyon deneyimi bileşenlerine ilişkin algıların milliyetlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık sergilediğini ortaya koymuştur. Bulgular duygular ve ekonomik değer değişkenlerinde milliyete göre anlamlı bir farkın varlığına işaret etmektedir. Misafirperverlik ve hizmet kalitesi hususunda söz konusu üç milliyete ait ortalamalar 4,00 ve üzeri değerler elde etmiş ve Manova analizi kapsamında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç ortaya çıkarmamıştır. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde Almanların Antalya destinasyonuna ilişkin ekonomik değer algısının İngiliz ve Rus turistlere daha negatif yönlü olduğu (ort: 3,5) anlaşılmaktadır. Bu bulgu Antalya'yı ziyaret eden Alman turistlerin, destinasyonun ekonomik değerinin yüksek olduğu düşüncesini destekleme konusunda çekimser olduklarının gösterge-

sidir. Buna karşın Ruslar Antalya'nın ekonomik değerinin yüksek olduğu düşüncesini desteklemektedir. Benzer durumun duygular faktörü konusunda da ortaya çıktığı dikkat çekmektedir. Analiz sonuçları, İngiliz (4,0) ve Rusların (4,2) Alman turistlere (3,8) göre Antalya destinasyonunun ziyaretçilerde olumlu duygular uyandırdığı görüşünü daha fazla desteklediğini göstermektedir. Bu sonuçlardan hareketle, Antalya'yı ziyaret eden İngiliz ve Rus turistlerin pozitif duygular ile ekonomik değer konusundaki algılarının Almanlara göre daha olumlu yönde olduğu söylenebilir. Analiz neticesinde Antalya destinasyonunda sunulan hizmet kalitesi ve yabancılara karşı gösterilen misafirperverlik konularında ise üç milliyete ait algıların olumlu yönde olduğu ve katılımcıların söz konusu hususlarda 4,0 ve üzeri ortalamalar sergilediği görülmüştür.

## SONUÇ

Araştırma kapsamında her iki destinasyon için ayrı olarak gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) neticesinde toplam 11 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Ortaya çıkarılan 11 faktörün 10 tanesinin her iki destinasyonda da ortak olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Söz konusu ortak faktörler alanyazına paralel olarak aşağıdaki gibi isimlendirilmiştir: 'Yerel Kültür'; 'Aktiviteler'; 'Misafirperverlik', 'Altyapı'; 'Yenilik Fırsatları'; 'Hizmet Kalitesi'; 'Üstyapı Estetiği'; 'Gastronomi'; 'Fiyat ve Değer', 'Duygular.' Buna karşın 'Fiziki Coğrafya' boyutunun yalnızca Antalya; 'Ulaşım' boyutunun ise sadece İstanbul destinasyonunda ortaya çıktığı ve faktörleştiği görülmüştür. Başka bir ifadeyle İstanbul'da 'Fiziki Coğrafya' boyutunun yerine 'Ulaşım; Antalya'da ise 'Ulaşım' boyutunun yerine 'Fiziki Coğrafya' faktörünün ortaya çıktığını söylemek mümkündür. İstanbul destinasyonunda ortaya çıkan destinasyon deneyim bileşenlerine yönelik faktörlerin ortalama sonuçları değerlendirildiğinde İstanbul'da sırasıyla "üstyapı estetiği, yenilik fırsatları ve duygular" boyutları ön plana çıkmaktadır. Üstyapı estetiğinin destinasyon deneyimi bileşeni kapsamında İstanbul'da öne çıkması İstanbul tanıtımında şehir mimarisinin (Bizans, Osmanlı eserleri ve modern yapıların) ön plana

çıkarması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Günümüz turistleri artık sıradanlaşmış tekdüze bir tatil geçirmek yerine, yenilik arayışının peşinde farklı ve sıradışı deneyimleri yaşamayı tercih etmektedir. Ortaya çıkan bu yeni anlayış, turistlerin seyahat motivasyonlarını büyük ölçüde etkilemekte ve destinasyon seçim sürecinde ve tatil deneyiminden duyulan memnuniyette kilit rol oynamaktadır. Nitekim Cohen de (1979) turisti, fitratında yenilik arayışını barındıran; bu yenilikten ve belki de bir daha aynısını yaşayamayacağı bir tatilden elde ettiği eşsiz deneyimden haz duyma beklentisiyle yolculuk yapan bir seyyah olarak tanımlamıştır. Bireye göre yeni bir destinasyonun diğerlerinin yerine tercih edilmesi, yeni bir uyarıcının harekete geçirilmesiyle mümkün olmaktadır. Bu bağlamda yenilik arayışı boyutuna yönelik yaratıcı turizm önemli bir destinasyon pazarlaması stratejisi olabilecektir. Bireysel gelişime katkı sağlamayı hedefleyen yerel kültürü ve yeniliği birleştiren yaratıcı turizm içeriği (yerel sanat, gece hayatı, etnik unsurlar ve yerel gastronomi) turistlerin artık daha merak uyandıran interaktif deneyimlere ilgi duymasıyla ortaya çıkmıştır. Duygular boyutu açısından bakıldığında turistler, yaşadıkları ve günlük ihtiyaçlarını giderdikleri yerin dışında farklı bir destinasyona seyahat ederek güzel zaman geçirme, rutin hayatın monotonluğundan bir süreliğine uzaklaşarak geçici olarak farklı bir karaktere bürünme veya farklı duygular içine girme davranışında bulunabilmektedirler. Duygular yaşanan bir olayın değerlendirilmesi sonucunda veya müşterinin kişisel düşüncelerinden kaynaklanarak ortaya çıkmaktadır. Deneyimleri destinasyonda yaşanan olumlu ya da olumsuz duygular şekillendirmektedir. Dolayısıyla destinasyon yöneticileri ve turizm operatörleri, tatil esnasında yaşanan olumlu duygular ile şekillenen hatırlanabilir destinasyon deneyiminin oluşması için çaba sergilemelidir. İstanbul, sahip olduğu üst yapı mimarisi ve yenilik fırsatı sunması bağlamında da duygular boyutunun tetikleneceği bir destinasyondur. Bu üç boyutun yanı sıra yerel kültür, destinasyondaki insanların misafirperverliği ve gastronomi de öne çıkan diğer boyutlardır. Bu bağlamda yerel kültürün ve gastronominin deneyimleneceği fırsatlar turistlere sunulmalıdır. Ayrıca Türk tu-

rizmi kapsamında Türk insanının karakteristiği bağlamındaki misafirperverlik unsurları, yerel kültür dinamikleri ve mutfak kültürü öğeleri de tanıtım stratejilerinde göstergebilimsel olarak vurgulanmalıdır. Öte yandan, ulaşım ve fiyat-değer özelliklerinin etkisi diğerlerine oranla düşük çıkmıştır. Bu bağlamda destinasyonda uygulanan yeme-içme, konaklama, gezi vb. hizmet fiyatlarının gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu faktörlerin yanı sıra Antalya destinasyonunda çıkan fiziki coğrafya faktörünün destinasyon deneyimi bileşenleri içinde yer almadığı görülmüştür. İstanbul'da üst yapı estetiği boyutunun en önemli faktör olması unsuru İstanbul'un tarihi ve mimari yapıyla ön plana çıktığını ve coğrafik karakteristik özelliklerinin geri planda kaldığını göstermektedir.

Antalya destinasyonu deneyimi modelinde İstanbul'un aksine fiziki coğrafya boyutu en önemli boyut olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Antalya'nın iklimi, havası, manzarası ve sahip olduğu ekolojik alanlarının, turistler tarafından algılanan en önemli faktör olduğu söylenebilir. Antalya tanıtım video ve görsellerinde fiziki coğrafya öğelerinin daha çarpıcı hale getirilerek öne çıkarılması, söz konusu tabiat alanlarının tur güzergâhlarına eklenmesi, rehberlerin bu konuda ziyaretçileri bilgilendirici aktivitelerde yer alması tavsiye edilebilir. Daha geniş kapsamda düşünüldüğünde ise bölgesel turizm gelişim stratejisinde Antalya'nın tabiat özellikleri konusunda hassas, etkili ve sonuç odaklı yaklaşımlara yer verilmesi önerilebilir. Antalya'nın sahip olduğu iklim ve hava koşulları, doğal yapı, bitki örtüsü, ekolojik çeşitlilik ve tabiat gibi unsurlar turistlerin bölgede turizm ürün çeşitliliğinin artırılmasının ne denli önemli olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur. Fiziki coğrafyanın yanı sıra Antalya'da misafirperverlik, duygular ve hizmet kalitesi de önemli boyutlar olarak ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesinin modelde önemli bir yer edinmesin de Antalya'da yer alan modern ve çoğunlukla her şey dahil konseptli olan konaklama tesislerinin rolünün olduğu söylenebilir. Bu boyut içinde yer alan servis kalitesi, personel ve kişiselleştirilmiş hizmetin varlığı her şey dahil konseptinin eleştirilerinin uzağında kalmaktadır. Ayrıca Antalya modeli içinde misafirperverlik

boyutunun yer alması hizmet kalitesiyle de paralel olarak ortaya çıkan bir sonuç olarak düşünülebilir. İstanbul destinasyon deneyimi modelinde ortaya çıkan ulaşım boyutu Antalya modelinde yer almamıştır. Çünkü ağırlıklı olarak paket turlarla gelen turistler, karşılayıcı acenteler ile transfer edilmektedir. Ayrıca yerel ulaşım kapsamında da turistlerin konaklama birimleri dışına çıkmayarak ulaşım deneyimlerini yaşama imkânları bulmamaları veya yerelde ulaşım birimlerinin yetersizliği gibi unsurlarda neden olarak gösterilebilir. Örneğin Antalya havalimanından şehrin belli başlı noktalarına doğru giden tramvay sistemi EXPO2016 ile birlikte yapılmıştır. Nitekim Avrupa'da Türkiye'nin rakibi olan İtalya, İspanya gibi ülkelerde turistler havalimanlarından otellerine kadar farklı ve uygun yerel ulaşım araçlarından yararlanabilmektedirler. Antalya içinde Perge antik şehrine gitmek isteyen bir turist ancak taksi kullanarak ulaşım sağlayabilir. Bu durumda bazen turistler fahiş ücretler ödemek ve destinasyonu da bu bağlamda değerlendirmek zorunda kalmaktadırlar. Bu bağlamda da destinasyon yöneticileri ulaşım faktörü üzerine eğilmelidirler. Üstyapı unsuru da Antalya'da ön plana çıkan faktörlerdendir ve bunun temel nedeni olarak, atmosferik deneyimden yararlanarak daha çok turist ağırlamayı hedefleyen otellerin, mimaride estetik öğelere önem vermesi, ilgi çekici ve görkemli tasarımlarla inşa edilmesi gösterilebilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde araştırma sonuçlarına göre İstanbul yedi boyutta (yerel kültür, aktiviteler, üstyapı estetiği, gastronomi, fiyat-değer, yenilik fırsatları, duygular) Antalya'dan daha olumlu ziyaretçi algısı elde etmiştir. Her iki destinasyona ait ortalamalar dikkate alındığında, ziyaretçilerin 'aktiviteler' ve 'altyapı' yeterliliğine ilişkin ifadelerle katılım konusunda çekimser oldukları dikkat çekmektedir. Bu sonuç her iki destinasyonda turistlere sunulan aktivite ve etkinlikler ile altyapı olanakların gözden geçirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu sonuçtan hareketle, Antalya ve İstanbul'da turistik tabela ve işaretlemeler konusunda eksikliklerin tespit edilmesi önerilmektedir. Özellikle ziyaret noktalarına ev sahipliği yapan semtlerde bulunan yön ve işaret levhalarının yenilenmesi; söz konusu levhaların çeşitli milliyetlere mensup turistler

tarafından kolay anlaşılacak düzeyde yabancı ibare ve açıklamalarla detaylandırılması; turist enformasyon ofislerinin daha sık aralıklarla kolay ulaşılabilir noktalarda konumlandırılması önerilmektedir. Ayrıca bu ofislerde ziyaretçilerle etkin iletişim sağlayacak düzeyde yabancı dil bilgisine sahip yeterli düzeyde turizm ve diksiyon eğitimi almış personelin istihdam edilmesi önerilmektedir. Bununla birlikte turistlerin destinasyon deneyimini zenginleştirecek, yerel kültürün daha yakından tanınmasına imkân verecek ve kültürler arası etkileşimi artıracak aktivitelerin organize edilmesi önerilebilir. Araştırma kapsamında analiz sonuçları İstanbul'un altyapı, hizmet kalitesi ve ulaşım, Antalya'nın ise duygular ve ekonomik değer özellikleri konularında Alman turistlere ilişkin algıların İngiliz ve Ruslara göre daha negatif yönlü olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu sonucun, Almanların yüksek beklenti ve üst düzey kalite anlayışına sahip bir milliyet olduğu varsayımına paralel olarak geliştiği düşünülmektedir. Alman turistlerin destinasyonda deneyimlediği bileşenleri, kendi ülkesindeki nispeten daha yüksek kalite standartlarıyla kıyasladığı ve bunun neticesinde altyapı, hizmet kalitesi, ulaşım, ekonomik değer gibi konularda daha hassas bir değerlendirme yaparak diğer milliyetlere göre daha negatif yönlü algı ortaya koymuş olabileceği düşünülmektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar çerçevesinde görülmüştür ki her destinasyonun kendine has deneyim bileşenleri bulunmaktadır. Destinasyonlar, deneyim bileşenlerini keşfederek, güçlü oldukları boyutları göz önünde bulundurmalı ve özgün bir destinasyon kimliği yaratarak destinasyonun kendine has DNA yapıları üzerinden bir konumlandırma yaparak hedef pazarlarına yönelmelidirler. Ayrıca destinasyon deneyimi bileşenlerinde düşük çıkan boyutların ortaya çıkarılması ve gerekli eylem planlarının çizilmesi de turistlerin destinasyon deneyimlerini güçlendirmek açısından önemli fikirler sunacaktır. Unutulmaması gereken ise destinasyon deneyimi bileşenlerine yönelik yapılacak analizler ve hazırlanacak eylem planları çoklu turizm paydaşları eşliğinde gerçekleştirilmelidir. Aksi takdirde belirlenen öneriler gerçekçi bir yaklaşımla ele alınmayacak ve eylem planı üzerinde kalacaktır.

## KAYNAKÇA

- Boorstin, D. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Newyork: Harper.
- Burkart, A. J. ve Medlik, S. (1992). *Tourism, Past, Present and Future*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Chew, J. (1987). Transport and Tourism in the Year 2000, *Tourism Management*, 8 (2): 83-85.
- Chi, C. ve Qu, H. (2008). Examining the Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach, *Tourism Management*, 29: 624-636.
- Crompton, J. (1979). Motivations for Pleasure Vacation, *Annals of Tourism Research*, 408-424.
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes, *Journal of Travel Research*, 50 (27): 27-45.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond Boredom and Anxiety: The Experience of Play in Work and Games*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Çetin, G. ve Bilgihan, A. (2014). Components of Cultural Tourists' Experiences in Destinations, *Current Issues in Tourism*, 19 (2): 1-18.
- Driscoll, A., Lawson, R. ve Niven, B. (1994). Measuring Tourists' Destination Perceptions, *Annals of Tourism Research*, 21 (3): 499-511.
- Dwyer, L. ve Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, 6 (5): 369-414.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. ve Mules, T. (2000). Forecasting the Economic Impacts of Events and Conventions, *Event Management*, 6 (3): 175-191.
- Edensor, T. (2001). Performing Tourism, Staging Tourism, *Tourist Studies*, 1: 59-81.
- 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.
- Go, F. M. ve Govers, R. (2000). Integrated Quality Management for Tourist Destinations: A European Perspective on Achieving Competitiveness, *Tourism Management*, 21(1): 79-81.
- Gunn, C. (1988). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
- Huberty, C. J. ve Petoskey, M. D. (2000). Multivariate Analysis of Variance and Covariance. İçinde H. T. Brown (Editör), *Handbook of Applied Multivariate Statistics and Mathematical Modeling*. New York: Academic Press.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ivanovic, M., Khunou, P. S., Reynish, N., Pawson, R., Tseane, L. ve Wassung, N. (2009). *Tourism Development 1: Fresh Perspectives*. Cape Town: Pearson Education and Prentice Hall.
- Jang, S. ve Feng, R. (2007). Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction, *Tourism Management*, 28: 580-590.



- Kandampully, J. (2000). The Impact of Demand Fluctuation on the Quality of Service: a Tourism Industry Example, *Managing Service Quality: An International Journal*, 10 (1): 10-19.
- Kaul, R. N. (1985). *Dynamics of Tourism: A Trilogy* (Vol: 111). Transportation and Marketing, New Delhi: Sterling Publishers.
- Khadaroo, J. ve Seetanah, B. (2008). The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A Gravity Model Approach, *Tourism Management*, 29: 831-840.
- Kim, J. H. (2014). The Antecedents of Memorable Tourism Experiences: The Development of a Scale to Measure the Destination Attributes Associated with Memorable Experiences, *Tourism Management*, 44: 34-45.
- Kivela, J. ve Crofts, J. (2005). Gastronomy Tourism: a Meaningful Travel Market Segment, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2-3): 39-55.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30 (3): 354-377.
- Kozak, M. (2001). Comparative Assessment of Tourist Satisfaction with Destinations, *Tourism Management*, 22: 391-401.
- Lagiewski, R. ve Zekan, B. (2006). *Experiential Marketing of Tourism Destinations*. <http://scholarworks.rit.edu/other/633>. Erişim tarihi: 22 Nisan 2015.
- Lee, T. H. ve Crompton, J. (1992). Measuring Novelty Seeking in Tourism, *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 732-751.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, *American Journal of Sociology*, 79 (3): 589-603.
- Machlis, G. ve Burch, W. (1983). Relations Between Strangers: Cycles of Structure and Meaning in Tourist Systems, *Sociological Review*, 31: 666-692.
- Mannell, R. C., Larson, R. ve Zuzanek, J. (1998). Leisure States and Flow Experiences: Testing Perceived Freedom and Intrinsic Motivation Hypotheses, *Journal of Leisure Research*, 20: 289-304.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (1): 59-74.
- Murphy, P., Pritchard, M. ve Smith, B. (2000). The Destination Product and its Impact on Traveller Perceptions, *Tourism Management*, 21: 43-52.
- Neuhofner, B., Buhalis, D. ve Ladkin, A. (2012). Conceptualising Technology Enhanced Destination Experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1 (1-2): 36-46.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Oh, H., Fiore, A. ve Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications, *Journal of Travel Research*, 46 (2): 119-132.
- Oral, S. ve Çelik, A. (2013). Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Estetik Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (4): 170-190.
- Otto, J. ve Ritchie, J. (1996). The Service Experience in Tourism, *Tourism Management*, 17 (3): 165-174.
- Page, S. ve Hall, M. (2003). *Managing Urban Tourism: Themes in Tourism*. London: Pearson Education Limited.
- Pine, J. ve Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy, *Harvard Business Review*, 76: 97-105.
- Pine, J. ve Gilmore, J. H. (1999). *İş Hayatı Bir Tiyatro*. İstanbul: Boyner Yayınları.
- Pine, J. ve Gilmore, J. (2000). Satisfaction, Sacrifice, Surprise: Three Small, *Strategy and Leadership*, 28 (1): 18-23.
- Prentice, R. (2001). Experiential Cultural Tourism: Museums & the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity, *Museum Management and Curatorship*, 19 (1): 7-30.
- Ritchie, J. ve Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Cambridge, MA.: CABI Yayınları.
- Sakai, M. (2006). Public Investment in Tourism Infrastructure. İçinde *International Handbook on the Economics of Tourism* (ss. 266-280), İngiltere: Edward Elgar Yayınları.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing, *Journal of Marketing Management*, 15 (1-3): 53-67.
- Shoukri, M. ve Edge, V. (1996). *Statistical Methods for Health Sciences*. CRC Press, Inc.
- Stamboulis, Y. ve Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism, *Tourism Management*, 24: 35-43.
- Tribe, J. ve Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday Satisfaction in Varadero, *Tourism Management*, 19 (1): 25-34.
- Use place DNA to Define Your Destination's Core Identity, Destination Think, <https://www.destinationthink.com/use-place-dna-define-destinations-core-identity>, Erişim tarihi: 17 Haziran 2017.
- WTO (2007). *A Practical Guide to Tourism*. Madrid: World Tourism Organization Press.
- Zhang, Q. Z. ve Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong, *Tourism Management*, 25 (1): 81-91.



**İlker ŞAHİN**

Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2008). 2013 yılında Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı. 2014 yılında lisansüstü eğitim için Akdeniz Üniversitesi'ne görevlendirildi. Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ana bilim dalından (2016), alan yazar, aynı kurumda halen araştırma görevlisi olarak çalışmakta ve doktora eğitimine devam etmektedir. Temel çalışma alanları turizm pazarlaması, hatırlanabilir turizm, turist deneyimi, sürdürülebilir turizm ve turist rehberliğidir.



**Özlem GÜZEL**

Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2004). Yüksek lisans derecesini Balıkesir Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik dalından (2007), doktora derecesini de Süleyman Demirel Üniversitesi'nden İşletme dalından aldı (2012). 2007 yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. 2014 yılından beri Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır. Doçentlik unvanını Turizm İşletmeciliği alanında aldı (2016). Temel çalışma alanları, turizm pazarlaması ve turist rehberliğidir.

## Anklav Turizm ve Gelişmekte Olan Destinasyonlar Üzerindeki Etkileri<sup>1</sup>

*Enclave Tourism and Its Socio-Economic Impact in Emerging Destinations*

Wineaster ANDERSON\*

\*Wineaster Anderson University of Dar es Salaam, Department of Marketing, PO Box 35046, Dar es Salaam, Tanzania.

Türkçeye Çevirenler:

Reyhan BOSTANCI\*\*, Orkhan ALİ\*\*\*

\*\*Öğretim Görevlisi, Yalova Üniversitesi, Armutlu Meslek Yüksekokulu, Armutlu, Yalova.

E-posta: reyhan.bostanci@yalova.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7011-7293

\*\*\*Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, 34116, Fatih, İstanbul.

E-posta: orxanalili@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-5339-1429

### MAKALE BİLGİLERİ

**Anahtar sözcükler:** Anklav turizm, Turist harcamaları, Gelişmekte olan destinasyonlar, Zanzibar.

### ÖZ

Bu çalışma, gelişmekte olan destinasyonlarda anklav (Enclave) turizmin sosyo-ekonomik etkilerini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın odak noktası olarak Zanzibar seçilmiştir. Araştırmanın amacı ise başta turistlerin toplam harcamalarının belirlenmesi olmak üzere, bu harcamaların demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığını saptamak, ayrıca satın alınan paket tur kategorileri ile turistlerin harcamaları arasında istatistiksel farklılığın olup olmadığını belirlemek üzere yapılmıştır. Veriler, 2009 yazında Zanzibar Havalimanında bulunan yabancı ziyaretçilere uygulanan spesifik bir anket aracılığı ile toplanmıştır. Verinin toplanmasından sonra turist harcamalarının akışı ortalama vaka özetleri ile tahmin edilmiş, yapılan ANOVA ile de elde edilen ortalamaların birbirine eşit olup olmadığı test edilmiştir. Farklı kategorideki tur paketleri için yapılan harcamalar karşılaştırıldığında, Anklav Turizm kapsamında yapılan harcamaların diğer kategorilere göre daha az olduğu saptanmıştır. İstatistiksel kanıtlar, bu farkın temel olarak satın alınan paket tur çeşidinden kaynaklandığını, dolayısıyla da paket tur hizmetlerinin turistlerin günlük ortalama harcamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma, yoksul yanlı (pro-poor) turizmin yaygınlaşması için turizm endüstrisi ile yerel halk arasında bağlantı oluşturabilecek stratejiler önermesi açısından alan yazına katkı sağlamaktadır.

### ARTICLE INFO

**Key words:** Enclave tourism, Tourists expenditure, Emerging destinations, Zanzibar.

### ABSTRACT

This study explores the socio-economic implications of enclave tourism in emerging destinations. The focus is on Zanzibar. The specific objectives are to estimate the gross tourist expenditure; to analyze the tourist expenditure in relation to the tourist demographic characteristics; and to find out whether there is any statistical difference between the expenditure caused by the type of the chosen tour mode. A specific visitor-survey was conducted at the Zanzibar Airport during the summer of 2009. Then, the flow of the tourist expenditure was estimated using aggregate-case summaries while the equality of the mean was analyzed using a one-way analysis of variance. Analysis of expenditure between the different categories of the tours reveals that the average daily expenditure spent by the enclave tourist was well below that made by the other types of contracts. There is statistical evidence to suggest that the differences were due to the chosen tour mode, as the type of tour has a significant effect on the average daily expenditure per tourist at the destination. The study recommends calculated strategies for linking the tourism industry with the local people for pro-poor tourism promotion.

### GİRİŞ

Gelişen destinasyonlarda Anklav Turizm ve bu destinasyonlardaki olası sosyo-ekonomik sonuçları hakkındaki yazın yetersizdir ve genel olarak

turizmin bu türü, akademik camiada yeteri kadar dikkat çekmemiştir (Sheldon ve Mak 1987; Tourism Intelligence International 2005). Sheldon ve Mak (1987), paket tur talebi hakkında yeni ufuklar açan çalışmalarında Anklav Turizmi, sabit bir fiyata turistin kendi ülkesinde satın aldığı ve ticari ulaşımdan konaklamaya, yeme-içmeye ve gezilecek yerleri görmeye kadar geniş ve çeşitli öğeleri kapsayan ve bazen bir tur lideri ve

<sup>1</sup> Bu yazı, Anderson, W. (2011). Enclave Tourism and Its Socio-Economic Impact In Emerging Destinations, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22 (3): 361-377" künyesini taşıyan makaleden, izin alınarak çevrilmiştir.

ya rehber eşliğinde yapılan geziler şeklinde açıklamaktadır. Tourism Intelligence International'ın (2005) en son çalışmasında Anklav Turizmi, ödemesi önceden yapılan, içinde turistin, seyahat ve turizm kapsamında ihtiyaç duyabileceği birtakım hizmetleri de barındıran geziler olarak tanımlanmaktadır. Bu hizmetler genellikle gidiş-dönüş biletini, gidilen yerdeki transferleri, konaklamayı, tüm yeme içme faaliyetlerini, spor aktivitelerini, eğlenceyi, alışverişi ve diğer öğeleri içermektedir. Benzer tanımlamalar, Enoch (1996), Holloway (1998, 2000), Middleton (1994), Millington ve arkadaşları (2001) tarafından da yapılmıştır. Bu bağlamda 'gelişen destinasyonlar' konsepti turizm endüstrisinin hızla gelişen, emekleme döneminde ancak büyümekte olan destinasyonlara atıfta bulunmaktadır.

Farklı turizm segmentlerine hizmet eden turizme bağımlı ekonomiler arasında karşılaştırma yapıldığında, özellikle gelişmekte olan ülkelerde anklav turizmin sosyo-ekonomik etkilerinin incelenmesi, özellikle yerel halk arasında yoksulluğun azaltılmasına da katkı sağlayacaktır. Turistler, bazen Enoch'un (1996) koruyucu ebeveynler olarak nitelendirdiği tur operatörleri ve seyahat acentaları paketlerini önceden ödeme yaparak (Philips ve Webster 1983) satın almayı tercih ederler (Heung ve Chu 2000). Tatil köyleri, tur operatörlerinin genellikle turistin yaşadığı ülkede bulunması, bütün görüşmeleri, lojistik hizmetleri ve misafirler ile finansal düzenlemeleri onların adına yapması sebebiyle Anklav Turizmi tercih ederler (Issa ve Jayawardena 2003; Karramel ve Lengefeld 2005; Mitchell ve Page 2005). Neredeyse her şey turistin yaşadığı ülkede önceden tur operatörüne ödendiğinden (Philips ve Webster 1983; Heung ve Chu 2000) bu gibi tatilleri sunan tatil köyleri turistlerin kayıtlarının ve faturalarının tutulması görevlerini de üzerlerinden atmaktadırlar. Bunlara ek olarak tatil köyleri, önceden misafir sayısını, profillerini ve kalış sürelerini öğrenebildiklerinden, gerekli olan satın alma işlemlerini daha net olarak tamamlayabilmektedirler. Enoch'a (1996) göre, turistlerin ihtiyacı olabilecek hemen hemen her şey tatil köyleri tarafından tedarik edildiğinden, turistler genellikle günlerini Anklav tatil köylerinin sterilize edilmiş ortamında geçirmekte ve tesis dışındaki yerleri nadiren

ziyaret etmektedirler. Reid (1992) tarafından "Dinlence Kampları" olarak tarif edilen bu tatil köyleri misafirlerine, konaklamadan ayrı olarak çeşitli yüzme havuzlarını, barları ve restoranları; özel plaj uzantılarını; peyzaj bahçelerini ve çeşitli spor tesislerini de içine alan bütünsel bir tatil deneyimi sunmaktadır (Millington vd. 2001).

Bütün bunların yanında, bu tür turizm ürününü sunan destinasyonlar bakımından Anklav Turizmin sosyo-ekonomik etkilerinin detaylı bir şekilde incelenmesine gerek duyulmaktadır. İlk olarak, neredeyse tur kapsamında satın alınan tüm hizmetlerin ödemesi turist gönderen ülkede tamamlandığından, turistler Anklav tatil köylerinin içinde kalmaya daha meyilli olurlar. Bu da onların destinasyondaki hareketlerini sınırlandırmakta ve ödemesi önceden yapılmış tek tur paketinde dâhil edilmemiş ürünler için bile harcama yapma motivasyonlarını azaltmaktadır. Bundan dolayı, yapılan bazı araştırmalarda gidiş dönüş uçak bileti dışındaki harcamaların çoğunun, turistlerin geldikleri ülkede kalıp gittikleri ülkeye yansımadağına vurgu yapılmıştır (Freitag 1994; Abdool ve Carey 2004). Anklav Turizm aynı zamanda turistlerin yarım pansiyon gibi paketler satın alarak gidilen bölgede harcama yapabileceği turizm türlerini de sınırlandırmaktadır.

Bu durum Mbaiwa (2005) tarafından; turizmin geliştiği destinasyonlardaki çoğu Anklav tatil köylerinin sahiplerinin yabancılar olduğu hususundaki ortaya koyduğu bilgiyi hatırlatmaktadır. Bu bilgiye göre, turist harcaması ya alıkonmaktadır ya da işte çalışanların yabancı ağırlıklı olması nedeniyle yabancı ülkeye geri dönmektedir. Zanzibar'da, çoğu otelin ve restoranın gıda gereksinimlerinin önemli bir miktarını ithal etmeleri özellikle ilgi çeken bir durum olmuştur. Zanzibar Turizm Yatırımcıları Birliğinin Raporu (2009) ve Steckve arkadaşlarına (2010) göre Zanzibar'daki yerel turistik otellerde ve restoranlarda tüketilen gıdaların %90'lık kısmı ithal edilmektedir. Aynı zamanda, Meyer'e (2010) göre; Zanzibar'daki turizm sektöründe tüketilen bütün sebze ve meyvelerin yaklaşık olarak %80'lik kısmı ve bütün meyvelerin %20'lik kısmı ithal edilmektedir. Anklav tatil köyleri ele alındığında, çoğu tatil köyünün gereksinimlerinin ne kadarını ithal ettiği,

turistlerin içeride ne kadar süre kaldığı ve onların bazı ürünleri satın almasını sağlayacak yerel topluluklar ile etkileşimlerinin ne kadar sınırlandırıldığı, turizm altyapısı için ödenen vergilerdeki paranın yerel topluma ne kadar fayda sağladığı merak uyandırabilir.

Kabul edilmelidir ki, Anklav Turizm dünya genelinde kapsamlı şekilde büyümüştür (Paris ve Zona-Paris 1999; Mbaiwa 2005; Tourism Intelligence International 2005). Ne yazık ki, bu turizm türünün doğası ve onun doğurabileceği olası sosyo-ekonomik sonuçları turizm çalışmalarında göz ardı edilmeye çalışılmıştır. Bu sebeple, bu çalışma, gelişen destinasyonlarda Anklav Turizmin sosyo-ekonomik olası sonuçlarını araştırıp keşfetmek adına yapılmıştır. Bu araştırmanın amaçları üç bölümden oluşmaktadır: (a) turistlerin brüt harcamalarını tahmin etmek; (b) turistlerin demografik özelliklerine göre harcamalarını analiz etmek ve (c) Zanzibar'ın seçilen tur türü bakımından sebep olunan herhangi bir istatistiksel farklılığın olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Sonuç olarak, politika oluşturucular ve turizm yöneticileri, Zanzibar'ı ziyaret eden farklı turist gruplarından destinasyonda turizm pastasının ne kadarının kaldığını öğrenmek isteyeceklerdir. Turizm harcamaları ekonominin çekirdeğidir ve turizm tedarikçileri için temel hedeftir. Bu sebeple, turizm tedarikçileri arasından dağılımın nasıl yapıldığını bilmek, politika yapılmasında ve bu politikaların hayata geçirilmesinde kılavuzluk edecektir. Çalışmanın amacının ortaya konulması için, öncelikle alanyazın gözden geçirilecek, sonra da çalışmanın metodolojisi açıklanacaktır. Sonrasında çalışma, bulguların değerlendirilmesi ve sonucun yazılması ile tamamlanacaktır.

## YAZIN TARAMASI

Anklav Turizmin sosyo-ekonomik olası sonuçları üzerine yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu Karayipler (Issa ve Jayawardena 2003; Abdool ve Carey 2004; Karammel ve Lengefeld 2005; Mitchell ve Page 2005; Ashley 2006; Meyer 2006) gibi gelişmiş destinasyonlarda yapılmıştır. Ancak bu alan gelişen destinasyonlarda ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde yeterince araştırılmamıştır (Mbaiwa 2005). Sonuç olarak da bu alandaki ye-

tersizlik nedeniyle bu tür çalışmaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Gelişmekte olan ekonomilerde turizm sektöründe karşılaşılan sorunların en bilinenleri; kötü altyapı, yetersiz ürün geliştirme ve yönetme, kötü ürün pazarlama, yerel ekonomi içinde eksik bağlantılar kurma, kötü şartlarda kurumsal ve teknik olanaklar ile alanında uzmanlaşmış, yetenekli personelin yetersizliğinden oluşmaktadır (Mitchell 2006).

Turizm düzenlemeleri açısından gelişmekte olan ve gelişmiş ekonomiler arasında farklılıklar olduğu bir gerçektir. Talep perspektifinden, Anklav Turizm, yabancı kültürler, güvenilir ulaşım, hijyen standardı şüphesi, güvenlik ve emniyet zafiyeti olduğu düşünülen ülkelerde özellikle tercih edilmektedir. Başka bir deyişle çoğunlukla gelişen destinasyonlarda yansıtılan koşullar ile ülkeleri seçerken turistlerde oluşan algılar, bu ana dürtülerin artması ile tercih sebebi olmuşlardır (Mbaiwa 2005). Tedarik tarafında, özellikle gelişmiş ülkelerde, tur operatörleri Anklav Turizmi, toplu olarak yüksek gelir getirebilirliği açısından tercih etmektedirler (Tourism Intelligence International 2005).

Anklav Turizm düzenlemelerinin pek çok olası sonuçları vardır, fakat başlıca olası sonuçları arasında, turizm hizmet gruplarının, turist çeken ülkelerin ve turistlerin dâhil olduğu ana paydaşlar arasında ekonomik kazançların veya turizm harcamalarının birbirinden ayrılması gelmektedir. Turizm harcaması, bir ziyaretçi tarafından bir destinasyona yapılan gezi ve gezi sırasında yapılan toplam tüketim harcamasına atıfta bulunur (UNWTO 1994). 'Destinasyon' sözcüğü, bir gezi sırasında ziyaret edilen, dikkat çeken herhangi bir yer, alan olarak adlandırılmaktadır (WTO 2005). Sheldon (1990) turizm harcamasının, turistik alanlarda veya çalışma alanı dâhilinde turizm olmadan meydana gelmeyen tüketim olduğunu ileri sürmektedir. Anderson'a göre (2008, 2010) Anklav Turizm harcaması, bir destinasyonu ziyaret eden turistik gruplarca en azından geri dönüş ulaşımı, konaklaması, yeme içme faaliyetleri, eğlencesi ve ulaşımı açısından bulunduğu yerde tek bir fiyat uygulaması üzerinden önceden ödenmiş gezi masrafları olarak tanımlanmaktadır. Çoğu durumda turist, alışveriş, iletişim, araç

ve ekipman kiralari ve diğler öğeler için destinasyonlarda ek masraf harcamasını yapmaktadır.

Genellikle ziyaretçilerin geldikleri ülkelerde bulunan tur operatörleri, satılan turların ölçek ekonomileri vasıtasıyla daha fazla müşteri kazanmak için bir fiyatlandırma stratejisi olarak paket turları kullanmaktadır. Turist çeken ülkeler turizmi sadece kişi ve yatak sayısı için değil, aynı zamanda turizm kazançları için teşvik edici bir unsur olarak görmektedir. Bir turist, pahalı olmayan turlardan birini satın aldığında ve memnun ayrıldığında, tur operatörleri kârını, zaman ve para bakımından en üst seviyeye çıkartmak istemektedirler. Daha önce belirtildiği gibi turistlerin geldiği ülkenin ekonomisi, Anklav Turizm yapılan ülkenin ekonomisinden çok daha fazla kazanç sağlamaktadır (Wong ve Lau 2001; Issa ve Jayawardena 2003; Alegre ve Pou 2006). Anklav Turizm, tatil köyleri yarım pansiyon gibi paketlerle turistlerin başka yerlerde harcama yapmasını sağlayabilecek her türlü potansiyel harcamalarını içine alır. Gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi çoğu tatil köyüne yabancılar sahip olduğu için tatil köyüne giden harcamalar bile destinasyonda kalmayabilir.

Mbaiwa 2005 yılında Botsvana'daki Okavango Deltasında Anklav Turizmin sosyo-ekonomik etkisini araştırmak üzere bir çalışma yapmıştır. Çalışma, bölgedeki turizm tesislerinin yabancı hâkimiyetinin ve sahipliğinin (yabancılar turizm tesislerinin yarısından fazlasına (%53,7) sahiptir) ortaya konulması amacıyla yapılmıştır. Sonuç olarak elde edilen gelirin turistlerin geldiği ülkeye geri döndüğü, yönetim pozisyonlarının hâkimiyetinin ülkede bulunan yabancılar geçtiği ve yerli çalışanların daha düşük maaşa çalıştırıldıkları sonuçlarına varılmıştır. Mbaiwa (2005) daha da ileri giderek Anklav Turizmi bir tür "dâhili kolonicilik" ile eşit tutar ve bunun yüksek kaçaklar nedeniyle Okavango Deltasında minimum etkiye sahip olduğu sonucuna varır. Buna benzer olarak, Anklav Turizmin tedarik yanına odaklanmada, Meyer (2006) Anklav Turizmin destinasyonda büyüyen mevcudiyeti nedeniyle yerel bağlantılarda olumsuz trendlerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bunun benzerine Abdool ve Carey' in (2004) Tobago'nun ekono-

mi üzerine yaptığı Anklav Turizm sektörünün ekonomik etkisini araştıran çalışmasında rastlanmaktadır. Çalışmalarında, neredeyse her şeyin turistin kendi ülkesinde önceden ödendiğinden Anklav Turizm esaslı kısımlarının harcamalarının Tobago'nun ekonomisine katılmadığı ya da orada kalmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Yaş, cinsiyet, gelir ve uyruk gibi sosyo-demografik değişkenler dinlenme ile ilgili harcamanın seviyesini açıklamak için turizm alanyazınında geniş bir şekilde araştırılmıştır. Açık bir şekilde, bir kişinin yaşı ile harcama davranışı arasındaki olumlu bir ilişki ortaya konulmuştur (Agulio ve Juaneda 2000; Mok ve Iverson 2000; Jang ve arkadaşları 2004; Kastenholz 2005). Yapılan çalışmada bir kişinin yaşlandıkça daha yüksek gelir kazanma eğiliminde olduğu ileri sürülmektedir ki bu da tatillerde daha fazla harcama yapma eğilimine yol açmaktadır. Bununla birlikte, Mudambi ve Baum (1997) yetişkin turistlerin Anklav Turizm için ana harcamasının, yeme-içme ve konaklama gibi gerekli mal ve hizmetlerin önceden ödenmiş olmasından tatilleri sırasında daha az harcama yaptıklarını ileri sürerek turistin harcaması ile yaşı arasındaki olumsuz ilişkiyi ortaya çıkarmıştır.

Sheldon ve Mak'a (1987) göre, bagaj taşıma ve destinasyondaki can sıkıcı hareketler gibi fiziksel faaliyetlerden sakınmak için yetişkin turistler anklav paket turları tercih etmektedir. Bu turistler, bu sebeple destinasyonda daha az harcama yapacakları tatil köylerinde tüm tatil boyunca konaklamayı tercih etmektedirler. Jang ve arkadaşları (2004), diğer taraftan, uyruk, eğitim ve meslek ile turist harcaması arasındaki ilişkide destinasyonda en yüksek harcama yapan turistlerin iyi eğitim sahibi kişiler ile idari işlerde çalışan, kredi kartlarını yüksek tercihler ile kullananlar kişiler olduğunu ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda gelir ile harcama arasında olumlu ilişkinin olduğuna dair benzer sonuçlara Peerapatdit (1999) ve Kastenholz'un (2005) yaptığı çalışmalarda da ulaşılmıştır.

Destinasyonda belirli bir tur operatörü aracılığıyla seyahat edilmesi ile harcama davranışı arasındaki ilişki test edilmiştir. Buna benzer örnekler, Rewtrakunphaiboon ve Oppewal (2004)

ve Alegre ve Pou (2006) çalışmalarında, tur paketlerinin destinasyonda harcama seviyesi için olumsuz etkisi olduğunu fakat bulunduğu yerde ise olumlu etkisi olduğunu meydana çıkartmıştır ve en düşük paketli turlar destinasyonda yüksek harcamaya yol açarken bu durumun tersi de olabileceği gözlenmiştir. Anklav turlar ile Mayorka'yı ziyaret eden turistleri inceleyen Anderson (2010), diğer paket turlar ile seyahat eden turistlere göre anklav turizmi tercih edenlerin destinasyonda daha az harcama yaptıklarını bulmuştur. Buna ek olarak, aynı destinasyonda Anklav Turizmi etkileyen motivasyonları inceleyen Anderson ve arkadaşları (2009), diğer tur çeşitlerine göre anklav turların tercih edilmesine etki eden faktörlerden birinin de ölçek ekonomisi olduğunu belirlemiştir.

Bununla birlikte, mevcut olan bilgiler daha çok gelişmiş ekonomilere odaklanmaktadır ve gelişmiş ekonomilerdeki anklav tatil köylerinin çoğu, müşterilerin bütün istek ve ihtiyaçlarına göre ürün ve hizmet hazırlamaktadır. Bu yüzden anklav tatil köyleri özellikle uzak alanlarda bulunmaktadır. Turistlerin daha çok tatil köylerinde harcama yapmalarına ortam hazırlamaktadır. Ayrıca turistlerin anklav tatil köylerinde harcama yapmalarının sağlanması ile destinasyonda ilave para harcamaların önüne geçileceği bir gerçektir (Abdool ve Carey 2004; Mbaiwa 2005). Anklav Turizm ürünü, her zaman tek bir duruma bağlı değildir. Ürünün bulunduğu konuma, ürünü sunan tatil köylerinin işlevlerine ve ziyaret edilen destinasyonun yapısına da bağlıdır. Karayipler'de anklav tatil köyleri bilinen destinasyonlarda birleştirilmiş tek bir ürün olarak ele alınırken destinasyonda sürekli yaşayanlardan da ayrı tutulmaya çalışılmıştır.

Karayipler'den farklı olarak, gelişen destinasyonlarda ve Zanzibar'da, anklav turlar normal olarak otelde sunulan pansiyon türlerinden biri olarak kabul edilmekte olup, buna ek olarak çoğu otel eş zamanlı olarak yarım pansiyon gibi diğer pansiyon türlerini de sunmaktadır. Anklav Turizmi seçen turistler için tur deneyiminin içeriği Karayipler'e göre zayıf olduğundan, diğer ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak isteyen turistler anklav tatil köylerinin dışına çıkmak zorun-

dadırlar. Bu araştırmamızda gelişen ve gelişmekte olan destinasyonları temsil etmek amacıyla odak noktası Zanzibar seçilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular Anklav Turizm fenomeninin anlaşılmasına ışık tutması bakımından önem taşımaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular kesin olmayıp yapıalcak sonraki çalışmalarla da doğrulanmasına gerek duyulmaktadır. Yapılan analizlerse turizm sektörüyle ilişkili objektif bilgi birikimine katkı sağlaması amacıyla tasarlanmıştır. Takip eden bölüm çalışmanın yöntemini açıklamaktadır.

## YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı gelişmekte olan destinasyonlarda Anklav Turizmin sosyo-ekonomik etkilerinin araştırılmasıdır. Araştırmada veriler, 2009 yılında, yüksek sezon olarak nitelendirilen Haziran-Eylül ayları arasındaki dönemde Zanzibar Havalimanındaki yabancı ziyaretçilere uygulanan çıkış anketi ile toplanmaya çalışılmıştır. Araştırmada yabancı ziyaretçi çıkış anketlerinin tercih edilme sebebi bu anketler ile turist harcamalarına yönelik anlık ve güncel verilere erişimin sağlanmasıdır. Zanzibar'a yapılan seyahatlerin en az yarısı Mayıs-Ekim ayları arasındaki dönemde gerçekleşmekte olup, ada destinasyonu olmasından dolayı turistlerin %80'nin havayolu ile ulaşımı tercih ettikleri görülmektedir. Bazı turistlerin yakın çevresi ile birlikte seyahat ediyor olmasından dolayı, bu şekilde ve benzer seyahat özelliklerini paylaşan grupları temsil etmek amacıyla araştırmada seyahat partisi (travel party) terimi kullanılmıştır. Araştırma örneklemini oluşturmada her deneğin örnekleme eşit oranda temsil edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya toplam 2000 turist katılmıştır (0,03 örneklem hatası ve %95 güven aralığı ile örneklem sayısı yeter sayı olarak kabul edilmiştir). Araştırma kapsamında dokuz sorudan oluşan anketin katılımcılar tarafından cevaplanması istenmiştir. Seyahat sürecinde satın alınan hizmetleri birbirinden ayırmak amacıyla aşağıdaki soruya ankette yer verilmiştir:

- Seyahatiniz kapsamında aşağıdaki hizmetlerden hangilerini kendi ülkenizde satın aldınız? Sorusu altında 6 seçenek sunulmuştur. Bunlar; 1) Sadece ulaşım 2) Ulaşım ve konaklama 3) Ulaşım,

konaklama ve kahvaltı 4) Yarım pansiyon 5) Tam Pansiyon ve 6) Anklav seçenekleridir.

Ayrıca ankette; katılımcıların kaç kişi ile birlikte seyahat ettikleri, kalış süreleri, destinasyona yaptıkları seyahatlerin sayısı ile beraber milliyet, yaş, cinsiyet ve hane halkı geliri gibi diğer demografik özelliklerine ilişkin sorulara da yer verilmiştir. Turistlere tüm seyahatleri boyunca yaptıkları toplam harcama miktarı da sorularak; bu kapsamda hem geliş ülkesinde, hem destinasyonda (Zanzibar'da) yaptıkları harcamalar ile bu iki kalemin toplamına ilişkin verilere de ulaşmak amacıyla ilgili ifadelere yer verilmiştir.

Araştırma örnekleme belirlenirken turistlerin herhangi bir karakteristik özelliği göz önünde bulundurulmadan Zanzibar'a gelen ziyaretçiler arasından tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçim yapılmıştır. Toplamda 2000 turistin ankete katılımı sağlanmıştır. Katılımcıların %9,2'si geliş ülkesinde sadece dönüş biletini, %8,7'si hem gidiş-dönüş bileti hem de konaklama hizmetlerini satın aldıklarını beyan ederken, bunlara ek olarak kahvaltıyı da alanların %10,6, yarım pansiyon konaklamayı seçenlerin %24,7, tam pansiyon konaklamayı tercih edenlerin %7,5, anklav turlar ile gelen turistlerin ise toplam katılımcıların %38'ini oluşturdukları görülmektedir. Katılımcıların diğer özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de özetlenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Zanzibar'ı ziyaret eden turistlerin yaptıkları toplam harcamaların belirlenmesi, turist harcamalarının ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin analiz edilmesi ve Zanzibar'a yapılan seyahatte satın alınan paket turların çeşidine göre yapılan harcamaların istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olup olmadıklarının tespit edilmesidir. Veriler toplandıktan sonra hem geliş ülkesinde hem de Zanzibar'da yapılan harcamalar ve bunların toplam tutarları belirleterek farklı kategoriler altında gruplandırılmıştır. Zanzibar'ı ziyaret eden turistlerin büyük bölümünün Avrupa ülkelerinden gelmesi sebebiyle anket sorularında para birimi olarak Euro kullanılmış, ardından cari döviz kuru üzerinden bu tutarlar dolara dönüştürülerek tahminler yapılmaya çalışılmıştır.

Seçilen paket turun çeşidine göre hem turist başına hem de günlük olarak yapılan ortalama har-

camalar arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (oneway ANOVA) uygulanmıştır. Kurulan hipotez farklı demografik özelliklere sahip turistlerin yaptıkları ortalama harcamalar arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğunu doğrular niteliktedir. Bu bakımdan, araştırma kapsamında kurulan  $H_0$  hipotezi Zanzibar'ı ziyaret eden turistler için yapılan harcama ortalamalarının birbirine eşit olduğunu,  $H_1$  hipotezi ise yapılan harcamalar arasında anlamlı bir farkın var olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan paket tur kapsamında satın alınan hizmetleri (sadece ulaşım; ulaşım ve konaklama; ulaşım, konaklama ve kahvaltı; ulaşım ve yarım pansiyon konaklama; ulaşım ve tam pansiyon konaklama; Anklav Turizm) ele alalım. Örneğin, Zanzibar'ı anklav turlar kapsamında ziyaret eden turistlerin genç (26-44 yaş arasında) ve diğer kategorideki turistlerin tamamından daha az harcama yapan turistler olduklarını varsayarsak, bu turların tercih sebebinin ziyaretçilerin genç olmasından kaynaklandığına yönelik tahmin yürütülebilir. Ancak diğer turlarla karşılaştırdığımızda bu farkın neden kaynaklandığını ortaya çıkarmak amacıyla ikiden fazla değişkenin analize tabi tutulduğu ANOVA kullanılabilir. Bu kapsamda kulla değişkenlerden yararlanılarak regresyon modelinin oluşturulmasına da gerek duyulacaktır.

Örneğin, ziyaretçilerin sadece anklav veya sadece konaklamalı turlar ile Zanzibar'a geldiklerini ve gelen ziyaretçilerin 26-44 yaş ve 45-65 yaş olmak üzere sadece iki yaş aralığında sınıflandırıldıklarını varsayalım. Turizm harcamaları devamlı değişkenler olup, her gruptaki ortalama harcamaları tahmin etmek ve farklılıkları karşılaştırmak için aşağıdaki lineer model kurulabilir:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 D_{1i} + \beta_2 E_{1i} E_{2i}$$

Burada:

$$D_{1i} = 0 = \text{Anklavturlar}$$

1 = Konaklamalı turlar

$$E_{1i} = 0 = 26-44 \text{ yaş arası ziyaretçiler}$$

1 = 45-65 yaş arası ziyaretçiler

Kurulan model, yaş değişkeni bakımından hem arttırıcı, hem de çarpan etkisi ile ilişkilendiril-



Tablo 1. Katılımcıların Karakteristik Özellikleri

Özellikler	Sadece Ulaşım	Konaklama dahil	Kahvaltı dâhil	Yarım Pansiyon	Tam Pansiyon	Anklav tur	Toplam
<i>Yaş</i>							
25 altında	10,2	11,1	12,4	35,7	8,3	22,3	100,0
26-44	10,2	9,9	13,7	31,0	8,2	26,9	100,0
45-64	12,0	6,6	11,2	22,6	11,0	36,7	100,0
64 üzeri	4,6	7,6	4,1	9,8	1,8	72,1	100,0
Toplam	9,4	8,7	10,7	24,9	7,5	38,8	100,0
<i>Cinsiyet</i>							
Kadın	7,9	9,9	9,2	26,4	7,2	39,3	100,0
Erkek	10,9	7,6	12,4	23,4	7,7	37,9	100,0
Toplam	9,4	8,8	10,8	25,0	7,5	38,6	100,0
<i>Milliyet</i>							
İspanyol	4,6	6,6	6,4	24,0	3,6	54,9	100,0
İtalyan	16,8	11,6	14,4	20,7	8,2	28,4	100,0
Alman	4,5	8,1	8,1	45,7	8,1	25,3	100,0
Fransız	4,4	2,6	4,4	24,4	2,0	62,1	100,0
Britanyalı	1,5	3,3	4,5	37,3	16,4	37,0	100,0
Diğer	3,3	12,6	17,6	13,2	11,0	42,3	100,0
Toplam	9,4	8,8	10,8	25,0	7,5	38,6	100,0
<i>Kalış süresi (Gün ile)</i>							
1-7	13,2	6,6	12,3	25,9	10,4	31,6	100,0
8-14	6,9	9,2	13,8	28,2	7,9	34,1	100,0
15-21	9,7	9,3	8,1	23,5	6,1	43,4	100,0
21-28	10,8	8,4	9,0	22,2	7,6	42,1	100,0
Toplam	9,4	8,7	10,8	25,1	7,6	38,5	100,0
<i>Gelir (Euro)</i>							
20,000 altı	7,6	10,8	7,3	27,5	10,5	36,3	100,0
20,000-30,000	5,5	10,6	4,7	22,9	8,6	47,6	100,0
30,001-40,000	4,2	3,1	11,8	28,1	7,6	45,1	100,0
40,001-50,000	13,6	5,1	16,9	22,0	9,6	32,8	100,0
50,001-60,000	10,1	10,8	12,7	21,5	5,1	39,9	100,0
60,000 üzeri	15,6	10,2	18,0	21,7	4,7	29,8	100,0
Toplam	8,6	8,8	10,5	24,2	8,0	39,9	100,0
<i>Zanzibar'a önceki seyahatler</i>							
Hiç	8,0	10,3	10,9	25,6	7,3	37,9	100,0
Bir kez	6,8	10,5	13,9	22,4	6,3	40,0	100,0
İki kez	11,4	9,8	11,7	16,7	8,3	42,0	100,0
Üç kez	5,8	6,4	7,7	34,0	10,9	35,3	100,0
Dört kez	7,2	5,8	2,9	24,6	7,2	52,2	100,0
4'den fazla	16,9	3,5	8,5	28,9	7,4	34,9	100,0
Toplam	9,3	8,8	10,7	24,9	7,6	38,7	100,0

mektedir. Bu bakımdan modeldeki  $\beta_0$  referans grubunun yaptığı harcamaları göstermektedir ki, bu örneğimizde 26-44 yaş arasında ve Anklav Turizme katılan turistler bu gruba dâhil edilmiştir.

Buradaki  $\beta_j (j \neq 0)$  değeri, referans grubundan daha farklı özelliklere sahip turistlerin harcamalarında ortaya çıkan artışı (veya azalışı) gösteren değer olarak yorumlanabilir. Böylece modelin  $\beta_j$  katsayısı belirlendikten sonra, anklav veya konaklamalı turlara katılan turistlerin yaptıkları ortalama harcamaları belirlemek mümkün olacaktır. Yukarıdaki açıklamalardan yola çıkarak, Zanzibar'a anklav tur ile gelen, 26-44 yaş aralığındaki turistlerin yaptıkları ortalama harcamalar aşağıdaki şekilde hesaplanacaktır (Bu zaman;  $D_{1i} = 0$  ve  $E_{1i} = 0$  olarak kabul edilecektir).

$$Y_{00} = \beta_0$$

Bu durumda, anklav tur ile seyahat eden 44-66 yaş aralığındaki turistlerin ortalama harcamaları ise ( $D_{1i} = 0$  ve  $E_{1i} = 1$  olarak kabul edilecektir);

$$Y_{01} = \beta_0 + \beta_2$$

Şeklinde hesaplanacaktır. Bu ikisinden yola çıkarak, her iki yaş grubunun anklav turlar ile Zanzibar'da yaptığı ortalama harcamalara ilişkin hesaplama aşağıdaki şekilde olacaktır:

$$Y_0 = (Y_{00} + Y_{01})\beta_0 + \frac{1}{2}\beta_2$$

Yukarıdaki denklem farklı türlerde paket turlar satın alan ve farklı demografik özelliklere (yaş, cinsiyet vs.) sahip turistlerin yaptıkları ortalama

harcamaları hesaplamak amacıyla da kullanılabilir. Bu çalışma kapsamında yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan bulgular ise bir sonraki bölümde açıklanmıştır.

## BULGULAR

Ziyaretçilerin yaptıkları ortalama harcamalar geliş ülkesinde satın alınan tur çeşitlerine göre; "sadece ulaşım", "ulaşım ve konaklama", "ulaşım-konaklama- kahvaltı", "ulaşım ve yarım pansiyon", "ulaşım ve tam pansiyon" veya "anklav tur" kategorilerinde gruplandırılmıştır. Ortalama harcamalara ilişkin verilere Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4'de ve Şekil 1'de yer verilmiştir. Bu tablolarda yer alan ortalamalar marjinal ortalamalar olup, ortalama kalış süresi ve seyahat partisi büyüklüğü göz önünde bulundurularak hesaplanmıştır (Ortalama kalış süresi 9,32 gün olup, her seyahat partisinde ortalama dört kişi yer almaktadır). İstatistiksel sonuçlar önceki bulguları destekler nitelikte olup, anklav turları diğer tur modelleri ile karşılaştırdığımızda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir;

- Zanzibar'da ortalama kalış süresi 9,32 gün olup, gruptaki ortalama kişi sayısı dört kişidir.
- Turist başına yapılan ortalama günlük harcama 119,09 Dolar olup; geliş ülkesinde ortalama harcama 79,76 Dolar iken, Zanzibar'da ise turist başına yapılan ortalama harcama 28,92 Dolar'dır.
- Beklendiği üzere, anklav tur ile gelen turistler, geliş ülkesinde diğer tur çeşitlerine göre daha fazla harcama yapmaktadırlar.
- Anklav tur ile gelen turistlerin geliş ülkesinde yaptıkları harcamaları, yarım ve tam pansiyon

Tablo 2. Geliş ülkesinde turistlerin ortalama günlük harcama miktarı

Geliş ülkesinde ödemesi yapılan hizmetler	Ortalama Harcamalar	Anklav tur ile karşılaştırıldığında yapılan ortalama harcama	Anklav tur ile karşılaştırıldığında yapılan harcamalar ile aradaki faiz farkı
Sadece Ulaşım	38,68	38,75	-61,25
Konaklama dâhil	70,68	70,80	-29,20
Kahvaltı dâhil	65,66	65,77	-34,23
Yarım Pansiyon	76,00	76,13	-23,87
Tam Pansiyon	86,72	86,87	-13,13
Anklav tur	99,83	100,00	-
Toplam	79,76	79,90	-20,10

Tablo 3. Zanzibar'da turistlerin ortalama günlük harcama miktarı

Geliş ülkesinde ödemesi yapılan hizmetler	Ortalama Harcamalar	Anklav tur ile karşılaştırıldığında yapılan ortalama harcama	Anklav tur ile karşılaştırıldığında yapılan harcamalar ile aradaki faiz farkı
<i>Sadece Ulaşım</i>	48,70	234,25	134,25
<i>Konaklama dâhil</i>	38,16	183,55	83,55
<i>Kahvaltı dâhil</i>	36,10	173,64	73,64
<i>Yarım Pansiyon</i>	30,34	145,94	45,94
<i>Tam Pansiyon</i>	28,96	139,30	39,30
<i>Anklav tur</i>	20,79	100,00	-
<i>Toplam</i>	28,92	139,11	39,11

turlarla gelen turistlerin geliş ülkesindeki harcamaları ile kıyasladığımızda aradaki farkın yüksek olmadığı görülmektedir. Bu bakımdan, anklav tur ile gelen ziyaretçiler ile karşılaştırıldığında, tam pansiyon konaklayan turistlerin geliş ülkesinde %13 oranında, yarım pansiyon konaklayan turistlerin ise %24 oranında daha az harcama yaptıkları görülmektedir.

e) Anklav tur ile gelen turistlerin Zanzibar'da yaptıkları harcamaların diğer paket tur çeşitlerinin çok daha altında olduğu görülmektedir. Bu bakımdan, anklav tur ile gelen turistler tam pansiyon olarak konaklayan turistlere göre Zanzibar'da %39,30, yarım pansiyon olarak konaklayan turistlere göre ise %45,94 oranında daha az harcama yaptıkları görülmektedir. Bu bakımdan, anklav tur ile gelen turistlere göre tam pansiyon konaklayanların Zanzibar'da ortalama günlük 8,17 Dolar, yarım pansiyon konaklayanların ise ortalama günlük 9,95 Dolar daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir.

f) Hem geliş ülkesinde hem de Zanzibar'da yapılan toplam harcamalar açısından anklav turu tercih eden turistlerin yaptıkları harcamaları diğer tur çeşitleri ile karşılaştırdığımızda, geliş ülkesinde sadece ulaşım hizmeti satın alan ziyaretçilerin toplam harcamalar bakımından en az harcama yapan grup oldukları görülmektedir. (Bu bakımdan, geliş ülkesinde sadece ulaşım hizmeti satın alan turistlerin toplam harcamalarının ortalama 87,38 dolar olduğu ve anklav tur ile gelen ziyaretçilere göre %21,08 oranında daha az harcama yaptıkları görülmektedir). Toplam harcamalar bakımından tam pansiyon konaklayan turistlerin

anklav tur ile gelen turistlere göre %8,94 oranında, yarım pansiyon konaklayan turistlerin %14,11 oranında daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir. Ayrıca, kahvaltı dâhil pansiyon ile gelenlerin %0,94 oranında, sadece konaklama ve ulaşım hizmetleri satın alarak gelen turistlerin ise anklav tur ile gelen turistlere göre %7,33 oranında daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir.

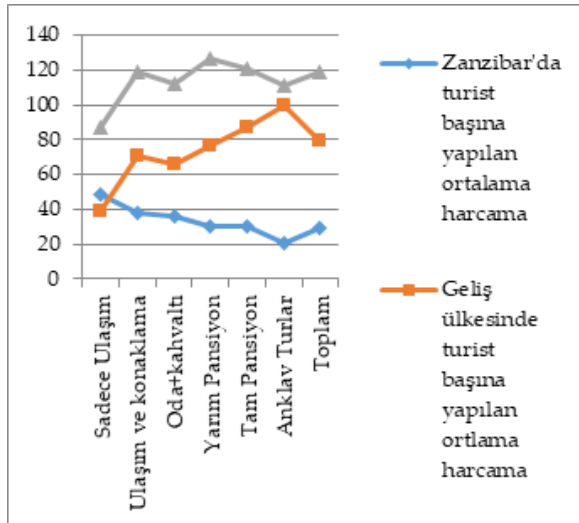
#### Zanzibar'a Yapılan Tur Çeşidine Göre Turist Harcamalarının Analizi

Zanzibar'ı ziyaret eden turistlerin yaptıkları ortalama toplam harcama 119 Dolar iken (Tablo 5), anklav turlar ile gelen turistlerin harcamalarının ortalamadan %7,56 oranında daha az olduğu belirlenmiştir. Yapılan ortalama toplam harcamalar açısından değerlendirdiğimizde, anklav turlar ile gelen turistlerin geliş ülkesinde yaptıkları harcamalar ortalamadan %20,10 daha fazla iken, destinasyonda ise yapılan ortalama toplam harcamalardan %39,11 daha az olduğu görülmektedir. Yapılan harcamalar bakımından değerlendirildiğinde, anklav turlar ile gelen turistlerin yaptıkları harcamaların diğer tur çeşitlerinin çok daha altında olduğu tespit edilmiştir. Bunun temel sebebi, daha az hizmetin dâhil olduğu turu satın alan ziyaretçilerin geliş ülkesinde ödedikleri fiyatlara bu hizmetlerin dâhil olmaması ve bu hizmetleri varış ülkesinde satın almalarının zorunluluğudur (Örneğin konaklama fiyatları bakımından değerlendirdiğimizde, ilk kategoride yer alan turistler geliş ülkesinde sadece tek yön uçak bileti satın almışlardır). Turistlerin varış ülkesinde harcamalarının kategorilere göre farklılaşmasına ilişkin veriler bir sonraki "Zanzibar'da turist harcamala-

Tablo 4. Toplam turist başına günlük ortalama harcama miktarı

Geliş ülkesinde ödemesi yapılan hizmetler	Ortalama Harcamalar	Anklav tur ile kıyaslamada ortalama harcama	Anklav tur ile karşılaştırıldığında yapılan harcamalar ile aradaki faiz farkı
Sadece Ulaşım	87,38	78,92	-21,08
Konaklama dâhil	118,84	107,33	7,33
Kahvaltı dâhil	111,76	100,94	0,94
Yarım Pansiyon dâhil	126,34	114,11	14,11
Tam Pansiyon dâhil	120,62	108,94	8,94
Anklav tur	110,72	100,00	0,00
Toplam	119,09	107,56	7,56

rının izlenmesi" başlığı altında incelenmiştir. Kurulan hipotez, tur çeşidine bakılmaksızın turist başına yapılan günlük harcama ortalamalarının birbirine eşit olacağını varsaymaktadır. Bu nedenle, yapılan harcama ortalamaları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını analiz etmek, yapılan harcamalar arasında anlamlı bir farklılığın olması durumunda bunun



Şekil 1. Turist başına yapılan ortalama harcamalar

tesadüfi olarak mı ortaya çıktığı veya turistlerin satın aldıkları tur çeşidinden mi kaynaklandığını ortaya çıkarması açısından son derece önemlidir. Daha önce de belirtildiği gibi bu çalışma turist başına yapılan günlük harcama ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığını  $H_0$  hipotezi ile test etmekte iken ( $H_0 = \gamma_1 = \gamma_2 = \gamma_3 = \gamma_4$ ), alternatif hipotez ortalamaların birbirine eşit olmadığını ortaya koymakta olup, bu farkın han-

gi gruplar arasında olduğu ANOVA ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 6'daki ANOVA sonuçları üç grup arasında; toplam harcamalar, geliş ülkesinde yapılan harcamalar ve Zanzibar'da yapılan harcamalar arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu bakımdan p değeri 0,000 çıkmış olup, böylece  $H_0$  hipotezi yani ortalamaların birbirine eşit olduğunu varsayan hipotez reddedilmekte ve altı farklı tur kategorisinde her bir turist (örneğin geliş ülkesinde sadece gidiş-dönüş uçak bileti alan turistler ile uçak bileti ek olarak konaklama, kahvaltı, yarım pansiyon, tam pansiyon veya anklav tur hizmetlerinden yararlananlar gibi) yaptıkları günlük ortalama harcamalar arasında anlamlı bir farkın var olduğunu ortaya çıkmaktadır. Bu da seçilen turun geliş ülkesinde, Zanzibar'da ve toplam harcamalar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

#### Turist Harcamalarının Demografik Özelliklere Göre Analizi

Tablo 7'de de görüldüğü üzere, ziyaretçilerin milliyetleri göz önünde bulundurularak yapılan analiz sonucunda ortalama harcama 110 Euro olup, 80 Euro geliş ülkesinde yapılmaktayken, geriye kalan 30 Euro ise Zanzibar'da yapılmaktadır. Özellikle, tüm kategorilerde İspanyol turistlerin çok daha az harcama yaptıkları ve toplam harcamalara göre %11, geliş ülkesindeki harcamalara göre %7,9 ve Zanzibar'daki harcamalara göre ise %20 oranında daha az harcama yaptıkları görülmektedir. Diğer milliyetten olan ziyaretçilerin ise toplamda %60, geliş ülkesinde %76,

Tablo 5. Satın alınan tura göre turist başına ortalama günlük harcamalar

Turist başına ortalama harcamalar (Amerikan Doları ile)				
Geliş ülkesinde ödemesi yapılan hizmetler	Toplam	Geliş ülkesinde	Zanzibar'da	
Sadece Ulaşım	87,38	38,68	48,70	
Konaklama dâhil	118,84	70,68	38,16	
Kahvaltı dâhil	111,76	65,66	36,10	
Yarım Pansiyon dâhil	126,34	76,00	30,34	
Tam Pansiyon dâhil	120,62	86,72	28,96	
Anklav tur	110,72	99,83	20,79	
Toplam	119,09	79,76	28,92	

Tablo 6. ANOVA sonuçları (Tur çeşidine göre turist başına yapılan ortalama günlük harcamalar)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamalar Karesi	F	Sig.
Tamamı					
Gruplar arasında	4224,64	837	5,05	4,37	0,00
Grup içinde	1251,29	1084	1,15		
Toplam	5475,93	1921			
Geliş ülkesinde					
Gruplar arasında	3753,71	631	5,95	4,46	0,00
Grup içinde	1722,22	1290	1,34		
Toplam	5475,93	1921			
Zanzibar'da					
Grupları arasında	2350,61	353	6,66	3,32	0,00
Grup içinde	3221,65	1608	2,00		
Toplam	5572,26	1961			

Zanzibar'da ise %22 daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen ilgi çekici bulgulardan biri, ziyaretçilerin yaşlarının artması ile destinasyonda yapılan harcama miktarının azalmasına ilişkindir. Bu bakımdan, yaşı 45'in altında olan ziyaretçilerin daha yaşlı turistlere göre destinasyonda daha fazla zaman geçirmeye istekli oldukları görülmektedir. Bunun altında yatan temel sebebin ise genç ziyaretçilerin anklav tur satın alsalar bile destinasyonda partilere, gece hayatı etkinliklerine, sportif faaliyetlere katılma eğiliminin yaşı nesile göre çok daha yüksek olmasından kaynaklanabileceği ifade edilmiştir. Cinsiyet kategorisi bakımından değerlendirildiğinde, bu üç kategoride erkeklerin harcama yapmaya daha fazla istekli oldukları, bu bakımdan ortalama günlük harcamaların %4 daha üstünde

harcama gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ancak şunu da belirtmek gerekmektedir ki, harcama davranışları yıllık toplam hane halkı gelirlerini göz önünde bulundurmadan analiz edilmesinden dolayı çıkan sonuçlar farklılık da gösterebilecektir.

Yapılan ilk ANOVA ile milliyet, yaş, gelir grubu ve cinsiyet gibi kategorik değişkenlere göre turistlerin harcama davranışlarının anlamlı bir şekilde birbirinden ayrılıp ayrılmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 8'deki ANOVA sonuçları, bu dört demografik grubun kendi içerisinde anlamlı bir şekilde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, yaşa göre harcama davranışlarının %95 düzeyinde ( $F(1,1624)= 3.85, p=0.000$ ) anlamlı olduğu da ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, cinsiyet, milliyet, gelir değişkenlerinin de  $p$  değeri anlamlı olup, bu dört değişkenin ziyaretçilerin

Tablo 7. Turistlerin karakteristik özelliklerine göre turist başına yapılan ortalama harcamalar

Ziyaretçilerin karakteristik özellikleri	Toplam	Geliş Ülkesi	Zanzibar
<i>Milliyet</i>			
İspanyol	98,38	73,41	24,42
İtalyan	99,80	66,99	32,53
Alman	109,31	76,98	32,17
Fransız	130,27	103,90	26,37
Britanyalı	131,40	99,24	31,66
Diğer	177,24	140,35	37,03
Toplam	110,45	79,73	30,39
<i>Yaş</i>			
≤25	100,54	65,84	34,49
26-44	109,84	77,64	31,46
45-64	122,08	90,52	30,46
>64	104,98	80,78	23,42
Toplam	110,39	79,72	29,88
<i>Cinsiyet</i>			
Kadın	105,58	77,24	27,21
Erkek	111,98	81,64	29,57
Toplam	108,69	79,38	28,36
<i>Yıllık Toplam Hane halkı Geliri</i>			
<20,000 Euro	100,63	74,96	25,00
20,000-30,000	108,29	82,31	24,97
30,001-40,000	106,39	76,80	29,25
40,001-50,000	118,00	91,21	26,37
50,001-60,000	130,34	91,99	37,88
>60,000	110,19	80,93	28,45
Toplam	108,22	77,23	29,54

destinasyonda yaptıkları harcamaların belirlenmesinde büyük bir etkiye sahip oldukları görülmektedir.

#### Zanzibar'da Yapılan Turist Harcamalarının Analizi

Otel dışında yapılan turizm harcamalarına ilişkin bilgiler yedi başlık altında gruplandırılarak değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Bunlar; 1) restoran, cafe ve bar harcamaları 2) eğlence ve spor aktivitelerine yönelik harcamalar 3) araba kiralama 4) toplu taşıma harcamaları 5) iletişim harcamaları 6) perakende satış harcamaları (Hediyelik eşya, alışveriş, hatıra eşya) ve 7) diğer harcamalardır. Bu kategorilere göre ziyaretçilerin yaptıkları harcamalar Tablo 8'de özetlenmiştir. Verilen cevapların doğruluğu her ne ka-

dar tartışılır olsa da bu cevaplardan yola çıkarak anklav tur kapsamında yapılan harcama miktarlarının belirlenmesine ışık tutulması açısından önem taşıdığı söylenebilir. Anklav tur ile gelen ziyaretçilerin tesis dışında da harcama yapmalarına rağmen farklı kategorilerdeki otel dışı harcamalardaki düşüşün de hesaplanmasına gerek duyulmaktadır. Verilen cevaplar incelendiğinde; ziyaretçilerin harcamalarının daha çok cafe, bar ve restoranlara veya eğlence ve spor aktivitelerine yönelik olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu harcamalar, otel dışı harcamaların %60'a yakınına oluşturmaktadır.

Geliş ülkesinde ulaşım ve konaklama harcamalarını yapan ziyaretçilerin restoran, cafe, bar, eğlence, sportif harcamaları ve toplu taşıma harca-

Tablo 8. Tek Yön ANOVA sonuçları

		Kareler Toplamı	Df	Ortalamalar Karesi	F	Sig.
Yaş	Gruplar Arasında	665,037	353	1,88	2,29	0,00
	Grup İçinde	1339,09	1624	0,83		
	Toplam	2004,13	1977			
Cinsiyet	Gruplar Arasında	161,24	353	0,46	2,23	0,00
	Grup İçinde	335,39	1634	0,21		
	Toplam	496,63	1987			
Milliyet	Gruplar Arasında	1862,29	353	3,91	1,91	0,00
	Grup İçinde	3482,35	1604	2,05		
	Toplam	4665,54	1957			
Gelir	Gruplar Arasında	1862,29	328	5,68	2,37	0,00
	Grup İçinde	3482,35	1455	2,39		
	Toplam	5344,64	1783			

maları bakımından da en fazla harcama yapan grup oldukları görülmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı Anklav Turizmin gelişen destinasyonlar üzerindeki sosyo-ekonomik etkilerini incelemektir. Araştırma ile turistler tarafından Zanzibar'da yapılan toplam harcama miktarları belirlenmiş, turist harcamaları ve turistlerin sosyo-demografik özellikleri arasındaki ilişkiler saptanarak, gelişen ülkelere yönelik yapılan seyahatlerde seçilen paket tur çeşidi ile yapılan harcamalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığı tespit edilmiştir. Veriler Zanzibar Havalimanı'nda bulunan yabancı ziyaretçilerden toplanmıştır.

Gelişmekte olan ülkelere yetersiz altyapı, yeni turistik ürün geliştirmede başarısızlık, turizm planlanması ve turizm politikalarının geliştirilmesinde yetersizlikler, pazarlama araştırmalarının yetersizliği, sektörün yerel ekonomi ile doğru bir şekilde bütünleşememesi, kurumsal ve teknik kapasite zayıflığı, yetenekli personel bulmanın zorluğu gibi olumsuzluklar turizm sektörünün en çok karşılaştığı sıkıntılar arasında yer almaktadır. Ziyaretçilerin farklı kültürleri tanımalarına fırsat sağlayan, seyahat sırasında güvenli olmayan ulaşım araçlarının kullanıldığı ve

hijyen, emniyet ve güvenlik bakımından da belirsiz özellikler taşıyan ve bu bakımdan çoğunlukla gelişmekte olan ülkelere yönelik olarak gerçekleştirilen anklav turlara yönelik ilginin hızla arttığı görülmektedir. Arz açısından değerlendirildiğinde ise özellikle gelişmiş ülkelerdeki büyük tur operatörlerinin kitle turizmine katılan turistleri çekmek amacıyla anklav turlara yöneltilen ve bunun tur operatörlerinin ölçek ekonomisine ulaşmalarına da yardımcı olduğu görülmektedir. Oluşturulan paket turlar ile çok sayıda farklı hizmetler bir bütün olarak turistlere sunulmaya çalışılmaktadır. Paket tur için ödenen fiyatın tatil bileşenlerinin ayrı ayrı satın alınması durumunda ödenecek fiyattan çok daha ucuz olması, paket turları satın alan turistler için de büyük ölçüde ekonomik avantajlar sunacaktır. Destinasyon açısından değerlendirildiğinde ise paket turların destinasyonlara değer katacağı düşünülmektedir. Zanzibar'daki Anklav Turizm örneğine baktığımızda, destinasyondaki şartlardan dolayı turistlerin bu turizm türünü tercih ettiklerini söylemek çok da mümkün görünmemektedir, çünkü gelişmekte olan ülkeler arasında çok az destinasyon Zanzibar kadar gelişmiş turistik altyapıya sahiptir. Anklav Turizme en yakın seçenek olarak görülen tam pansiyonun son yıllarda beklenen ilgiyi görememesinden dolayı, Anklav Turizmin

bir fiyat stratejisi olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür.

Eğer Anklav Turizm bir fiyatlandırma stratejisi olarak görülüyorsa bunun, diğer satın almalara göre anklav tur ile gelen turistlerin yaptıkları harcamalara da yansması gerekmektedir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan verilerde, Zanzibar'da ortalama kalış süresinin 9,32 gün olduğu ve seyahat partilerinin yaklaşık olarak dört kişiden oluştuğu görülmektedir. Genel olarak turistlerin yaptıkları ortalama toplam harcama 119,09 dolar iken, geliş ülkesinde ortalama harcamaların 79,76 dolar, Zanzibar'da yapılan ortalama harcamaların ise 28,92 dolar olduğu görülmektedir. Beklendiği üzere, anklav turlar ile gelen turistlerin geliş ülkesinde daha fazla harcama yaptıkları ortaya çıkmıştır. Bunun yanında, araştırma kapsamında yapılan ANOVA ile seçilen tur türünün turistlerin hem geliş ülkesinde hem de destinasyonda yaptıkları harcamalar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu da ortaya çıkmıştır. Buna göre, anklav turu tercih eden turistler ihtiyaç duydukları tüm hizmetleri geliş ülkesinde satın aldıklarından dolayı Zanzibar'da daha az harcama yapmaktadırlar.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan ilgi çekici bulgulardan bir diğeri yaşın artması ile birlikte destinasyonda yapılan harcamaların azalmasıdır. Bu bakımdan, genç ziyaretçilerin yaşça büyük diğer ziyaretçilere göre destinasyonda daha çok harcama yapmaya istekli oldukları görülmektedir. Bunun temel sebebi ise genç ziyaretçilerin destinasyondaki etkinliklere; eğlence aktivitelerine, spor etkinliklerine ve gece hayatına daha aktif katılım sağlamasıdır. Cinsiyet kategorisine göre yapılan analizde ise hem geliş ülkesinde ve destinasyonda yapılan harcamalar açısından, hem de bu iki kalemin toplamında erkeklerin kadınlara göre daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir. Araştırma kapsamında harcama davranışları incelenirken turistlerin yıllık toplam hane halkı gelirleri göz önünde bulundurmadan yorumlanmaya çalışılmıştır. Ancak yine de yapılan ANOVA bu dört kategorik değişkenin (yaş, cinsiyet, milliyet ve gelirin) turistlerin destinasyondaki harcamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, destinasyondaki paydaşların turizm sektörünün başarılı bir şekilde gelişmesi ve ekonominin temel sektörlerinden biri haline getirilmesi için kararlılık göstermelerinin önemine dikkat çekme ile beraber bunun da turizmin döviz getirme, yeni istihdam alanları yaratma, yerel ekonomiyi canlandırma ve ekonomiyi çeşitlendirme ile mümkün olabileceğine vurgu yapmaktadır. Bunu gerçekleştirmek ve turizm harcamalarının destinasyonda kalmasını sağlamak amacıyla turizm paydaşları arasında iletişimin sağlanması ve bununla da "Aşağıya damlama Etkisi" ile (trickle-down effect) bu etkinin toplumun tüm katmanlarına yayılması sağlanmalıdır. Gelecek çalışmalarda; anklav sistemini uygulayan konaklama işletmelerinin incelenmesi; bu işletmelerin Zanzibar'ın turizm sistemi ile olan bağlantısı ve bunun ekonomik sızıntılar üzerindeki etkileri incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Abdool, A. ve Carey, B. (2004). *Making Enclave More Inclusive: A Research Project on The Economic Impact of The Enclave Hotel Sector in Tobago*. UK: The Travel Foundation.
- Aguilo', E. ve Juaneda, C. (2000). Tourist Expenditure for Mass Tourism Markets, *Annals of Tourism Research*, 27 (3): 624-637.
- Alegre, J. ve Pou, L. (2006). *El Paquete Turístico De Todo Incluido: Un Análisis De Sus Implicaciones Económicas Para El Caso De Las Islas Baleares*. Proyecto SEC2002-0512, Ministerio De Ciencia Y Tecnología. Departamento De Economía Aplicada Universitat De Les Illes Balears.
- Anderson, W. (2008). *Analysis of Enclave Travel Mode: Demand and Supply Perspectives in The Balearic Islands*. (Basılmamış Doktora Tezi). Palme De Mallorca: Balearic Islands Üniversitesi.
- Anderson, W. (2010). Determinants of Enclave Travel Expenditure, *Tourism Review*, 65 (3): 4-15.
- Anderson, W., Juaneda, C. ve Sastre, F. (2009). Influences of Pro-Enclave Travel Decisions, *Tourism Review*, 64 (2): 4-18.
- Ashley, C. (2006). *Participation by the Poor in Luang Prabang Tourism Economy: Current Earnings and Opportunities for Expansion*. Working Paper 273. Londra: Overseas Development Institute.
- Enoch, Y. (1996). Contents of Tour Packages: A Cross-Cultural Comparison, *Annals of Tourism Research*, 23: 599-616.
- Freitag, T. (1994). Enclave Tourism Development: For Whom The Benefits Roll?, *Annals of Tourism Research*, 21(2): 538-554.
- Heung, V. ve Chu, R. (2000). Important Factors Affecting Hong Kong Consumers' Choice of A Travel Agency For AI Package Tours, *Journal of Travel Research*, 39: 52-59.



- Holloway, C. (1998). *The Business of Tourism*. Singapur: Addison Wesley-Longman.
- Holloway, J. (2000). *Tour*. İçinde J. Jafari (Editör), *The Encyclopedia Of Tourism* (ss. 582–583). London: Routledge.
- Issa, J. ve Jayawardena, C. (2003). The 'AI' concept in the Caribbean, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (3): 167-171.
- Jang, S., Bai, B., Hong, G. ve O'Leary, J. (2004). Understanding Travel Expenditure Patterns: A Study of Japanese Pleasure Travellers to the US by Income Level, *Tourism Management*, 25: 331-341.
- Kar-ammal, S. ve Lengefeld, K. (2005). *Can All-Inclusive Tourism Be Pro-Poor?*, <http://www.id21.org/insights/insights62/art05.html>.
- Kastenholz, E. (2005). Analysis of Determinants of Visitor Spending for the Rural Tourist Market In North Portugal, *Tourism Economics*, 11(4): 555-569.
- Mbaiwa, J. (2005). Enclave Tourism and Its Socio-Economic Impact in the Okavango Delta, Botswana, *Tourism Management*, 26: 157-172.
- Meyer, D. (2006). *Caribbean Tourism, Local Sourcing and Enterprise Development: Review of The Literature*, [http://www.propoortourism.org.uk/18\\_domrep.pdf](http://www.propoortourism.org.uk/18_domrep.pdf).
- Meyer, D. (2010). *Changing Power Relations: Foreign Direct Investment in Zanzibar*. İçinde J. Modesale (Editör), *Political Economy of Tourism: A Critical Perspective Contemporary Geographies of Leisure*. Tourism and Mobility.: Routledge.
- Middleton, V. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Millington, K., Locke, T. ve Locke, A. (2001). *The AI market Travel & Tourism Intelligence*. London: Mintel International Group.
- Mitchell, J. (2006). *Can Tourism Reduce Poverty in Africa?* UK: ODI Briefing Paper.
- Mitchell, J. ve Page, S. (2005). *Linkages and Leakages., Local Supply and Imports*, <http://www.id21.org/insights/insights62/art04.html>.
- Mok, C. ve Iverson, T. (2000). Expenditure-Based Segmentation: Taiwanese Tourists to Gaum, *Tourism Management*, 21(3): 299-305.
- Mudambi, R. ve Baum, T. (1997). Strategic Segmentation: An Empirical Analysis of Tourism Expenditure in Turkey, *Journal of Travel Research*, 36(1): 29-34.
- Paris, J. ve Zona-Paris, C. (1999). *100 best AI resorts of the world*. Guilford. CT: The Globe Pequot Press.
- Peerapatdit, N. (1999). *The Impact of Selected Socio-Demographic, Travel-Related and Psychographic Variables on Travel Expenditure* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Florida: Central Üniversitesi Rosen College of Hospitality Management.
- Philips, R. ve Webster, S. (1983). *Group travel*. NY: Van Nostrand Reinhold.
- Reid, A. (1992). Reflections: Waiting for Columbus, *The New Yorker*, 24 Şubat: 57–75.
- Rewtrakunphaiboon, W. ve Oppewal, H. (2004). Holiday Packaging and Tourist Decision Making, *Tourism Analysis*, 8 (2-4): 193-196.
- Sheldon, P. (1990). A Review of Tourism Expenditure Research. İçinde C. Cooper (Editör), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (ss. 28–29). Londra: Belhaven Press.
- Sheldon, P. ve Mak, J. (1987). The Demand for Package Tours: A Mode Choice Modal, *Journal of Travel Research*, 25 (3): 13-17.
- Steck, B., Wood, K. ve Bishop, J. (2010). *Tourism More Value for Zanzibar: Value Chain Analysis: Final Report*. Zanzibar: VSO, SNV and ZATI.
- The Zanzibar Association of Tourism Investors (2009). *Progress Report. Membership, Tourism Arrivals, The Activities of ZATI October 2008–October 2009. The Visitor Exit Survey And The Forward View For 2010*. Prepared for The ZATI Annual General Meeting.
- Tourism Intelligence International (2005). *How The British Will Travel 2005*. Bielefeld: Tourism Intelligence International.
- United Nations (1994). *Department for Economic and Social Information and Policy Analysis and World Tourism Organization (WTO) (1994). Recommendations on Tourism Statistics*. New York: United Nations.
- Wong, S. ve Lau, E. (2001). Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages, *Journal of Travel Research*, 40: 57-67.
- WTO (2005). *Basic References on Tourism Statistics*. Madrid: World Tourism Organization.



**Wineaster ANDERSON**

Uluslararası işletme ve ticaret, turizmde inovasyon ve sürdürülebilirlik, yoksullukla mücadelede küreselleşme gibi alanlarda çalışmalar yapan yazar, Tanzanya Dar es Salaam Üniversitesinde öğretim üyesidir. Tanzanya Doğal Kaynaklar ve Turizm Bakanlığı, Tanzanya Yatırım Ajansı gibi kurumlarda görev yapan yazar, ayrıca İşletme Eğitimi Enstitüsü Yönetim Kurulu üyesidir.

### Türkçeye Çevirenler:



#### **Reyhan BOSTANCI**

2014 yılında Düzce Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümünde turizm eğitimini tamamlamıştır. 2014 yılında İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD'de yüksek lisans eğitimine başlamış 2017 yılında eğitimini tamamlamıştır. 2017 yılı mayıs ayında Yalova Üniversitesi Armutlu Meslek Yüksekokulu Otel ve İkram Hizmetleri bölümüne Öğretim Görevlisi olarak atanmıştır. Yazar, aynı yılda İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD'de doktora eğitimine başlamış ve halen aynı kurumda doktora eğitimine devam etmektedir..



#### **Orkhan ALİLİ**

2014 yılında Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümünde turizm eğitimini tamamlamıştır. 2015 yılında İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD'de yüksek lisans eğitimine başlamış, 2017 yılında turizm eğitimini tamamlayarak aynı yıl İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD'de doktora eğitimine başlamış ve halen aynı kurumda doktora eğitimine devam etmektedir.

## Rekreasyon Terapisi Kamplarının Sosyal Etkilerinin Değerlendirilmesi

**İpek AYDIN - Özkan TÜTÜNCÜ**

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu

### GİRİŞ

Sosyal yönden bireyin kendisini yeterli hissetmesi ile sağlık çıktıları arasında pozitif ilişki birçok çalışmadan elde edilen bulgularla desteklenmiştir (Horn vd. 1998; Orbell vd. 2001). Bunun yanında sosyal özyeterliliğin yaşam tatmini artırdığına yönelik bulgular mevcuttur (Hampton 2000). Gençler üzerinde gerçekleştirilen çalışmalarda, sosyal özyeterliliğin, psikolojik, sosyal ve davranışsal durumda olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Passmore 2004; Kumar ve Lal 2006). Düşük sosyal özyeterliliğe sahip olan bireylerde depresyonun daha fazla görüldüğü ve yaşam tatmininin düştüğü ve hayata karşı daha olumsuz oldukları belirlenmiştir (Caprara vd. 2006). Özellikle kronik rahatsızlığa sahip olan bireylerde kendi bakımlarını da yerine getirerek hayata aktif katılımlarını sağlamada sosyal motivasyonla ilişkili olarak özyeterliliğin önemi vurgulanmaktadır (Williams ve Bond 2002). Sosyal özyeterlilik bireyin yaşam kalitesi ile ilişkili olduğundan, özellikle hastalık, engel ve bağımlı grupların, sağlık problemleri nedeniyle yaşadıkları sosyalleşme sıkıntılarının da yaşam kalitesi üzerinde etkisi olduğundan hareketle rekreasyon terapisi kamplarında edindikleri deneyimin onların sosyal sağlıkları üzerinde de etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda, rekreasyon terapisi kamplarının sosyal özyeterliliği geliştirerek, sosyal hayata olumlu etkisi olduğu varsayılmaktadır.

Rekreatif faaliyete katılmak ile bir rekreasyon terapisi kamp programına katılmak arasında belirli farklılıklar vardır. Bunlardan ilki birey kendi yaş grubu, hastalık veya engel grubunda yer alan bireylerle bir araya gelmektedir. İkinci ola-

rak, bireyler ikame ettikleri yerlerin (kendi evlerinin) dışında başka bir ortamda belirli bir süre için rekreasyon terapisi kamplarına dahil olmaktadır. Üçüncü olarak katılımcılar daha önce tanışmadıkları bireylerle bir araya gelmektedirler. Son olarak, kendi hastalık, engel veya bağımlılık gruplarına ilişkin deneyimlerini ve yenilikleri paylaşma imkânı bulmaktadırlar. Bu nedenlerden dolayı rekreatif faaliyetlere katılım ile rekreasyon kamplarına katılım arasında fark bulunmaktadır. Gerçekleştirilen kamp programlarının fiziksel ve psikolojik sağlığa olumlu katkılarının yanında sosyal sağlığa etkisinin değerlendirilmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Genellikle ülkemizde gerçekleştirilen çalışmalar rekreatif etkinliklerin bireylerin üzerindeki fiziksel, sosyal ve psikolojik etkileri üzerinde durmaktadır. Bu çalışmada belirli bir yaş grubuna, hastalık, engel ya da bağımlılık grubuna yönelik oluşturulmuş kamp programlarının çıktılarının geliştirilmesine yönelik bazı öneriler getirilmektedir.

### KURAMSAL ÇERÇEVE

#### Rekreasyon Terapisi

Rekreasyon bireyin yaşam kalitesini artırmak için serbest ve/veya boş zamanlarında, doğaya zarar vermeden gönüllü olarak yapılan faaliyetler şeklinde tanımlanabilir. En genel tanımıyla, rekreasyon terapisi, tedavi sürecinde yapılan rehabilitasyon faaliyetleridir (Tütüncü 2012). Daha detaylı bir şekilde tanımlanacak olursa, rekreasyon terapisi belirli bir hastalık veya sakatlığın olması durumunda, hastalıklarının ilerlemesini yavaşlatmak veya durdurmak, tedavi sürecini destekleyici katkılar sağlamak, hastalık süresince yaşam kalitesini artırmak amacıyla gerçekleştirilen

rekreatif faaliyetlerdir (Tütüncü ve Aydın 2016). Amerikan Terapötik Rekreasyon Birliği rekreasyon terapisini, travma ya da hastalık sonucu engellilerin bağımsız fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal işlevlerini yerine getirebilmelerini sağlamak, günlük hayattaki becerilerini geliştirmek ve toplumsal hayata ayak uydurmayı kolaylaştırmak için çeşitli rekreatif faaliyetlerden yararlanılarak oluşturulan terapi şekli olarak tanımlamıştır (Shank ve Coyle 2002).

Rekreasyon terapisi kapsamında yalnızca hastalık ve sakatlık durumunun olması şart değildir, bireyin sosyal ve psikolojik yönden rahatsızlık hissetmesi rekreasyon terapisinin kapsamına girmektedir. Kişinin iyileşmek için motive olması, kişinin sağlığı ile ilişkili bir durumdur (Williams vd. 2002). İyileşmek için motive olan bir kişi, psikolojik olumlu etkilerle daha hızlı bir sürede daha iyi bir duruma gelebilir. Rekreasyon terapisi ile bireyleri sağlıklarının daha da iyiye gideceği yönünde motive edilmekte ve sosyal, fiziksel ve psikolojik açıdan onların sağlıklarının gelişmesine katkıda bulunulmak amaçlanmaktadır.

Rekreasyon terapisi, dünyada genellikle gruplara özgü oluşturulan kamp programları ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu kamplara rekreasyon terapisi kampları denilmektedir. Bu kamplar dahilinde hedef yaş, hastalık, engel veya bağımlılık gruplarına yönelik kamp programları oluşturulmakta ve onların hem tedavilerini destekleyecek hem de yaşam kalitelerini artıracak rekreatif etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Özellikle kronik rahatsızlığı çocuklarda ve gençlerde, rekreasyon terapisi kampları, bu grupların sorunlarının ele alınmasında önemli bir rol oynamıştır (Winfrey vd. 2002). Rekreasyon terapisi kamplarında, grup olarak gerçekleştirilen rekreatif faaliyetler, bireylerin sosyal ilişkiler kurmasında ve geliştirmesinde büyük rol oynamaktadır. Bu kamplarda, yeni arkadaşlıkların oluşması, grup içinde yer edinme ve diğer grup üyelerini tanıyabilme gibi çabalar, kişinin sosyal yaşantısını etkileyerek olgunlaşmasını ve toplum hayatına alışmasını sağlamaktadır (Karaküçük 1997).

Bireylerin sağlıklarını iyileştirmek ve geliştirmeye yönelik gerçekleştirilen bu kamp programları, fiziksel, sosyal ve ruhsal yönde sağlık

üzerinde etkili olabilir (Bekesi vd. 2011). Rekreasyon terapisi kamplarının hedef aldığı yaş veya grubun çok iyi tanımlanması, tıbbi konularda destek alınması ve bu doğrultuda planlamanın gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Gerçekleştirilen birçok çalışmada farklı gruplara farklı kamp programlarının, olumlu çıktılarının olduğu tespit edilmiştir (Punnett ve Thurber 1993; Briery ve Rabian 1999). Doğru planlanan rekreasyon terapisi kamplarında kronik rahatsızlığı olan çocuklar ve gençler de farklı yararlar sağlamaktadırlar (Walker ve Pearman 2009). Özellikle kronik rahatsızlığa sahip olan çocukların psikolojik yönden de desteklenmesi gerekmektedir (Kiernan vd. 2004) ve bu kamplar, çocukların farklı rekreatif etkinliklere katılarak hem eğlenceli zaman geçirmelerine hem de fizyoloji, psikolojik ve sosyal yönden sağlıklarının iyileşmesi ve gelişmesine olanak sağlamaktadır.

Kamp programları, rahatsızlıklardan dolayı bireylerin nasıl etkilendikleri ve ihtiyaçları üzerine odaklanmalıdır. Bu kapsamda, farklı araştırmacılar rekreasyon terapisi kampları ve etkilerine ilişkin farklı gruplar üzerinde çeşitli çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Genel olarak bir sınıflama yapılırsa, çalışmaların yaş gruplarına (Kiernan vd. 2004; Watson vd. 2010), hastalıklara (Török vd. 2006; Hill ve Jim Sibthorp 2006; Bekesi vd. 2011), engelli gruplarına (Bedini 2000; Blinde ve McClung 1997) ve bağımlı gruplarına (Bennett 1998) yönelik gerçekleştirildiği görülmektedir.

### Sosyal Özyeterlilik Kuramı

Sosyal özyeterlilik, Bandura (1986) tarafından geliştirilen ve kişisel, çevresel ve davranışsal faktörler gibi değişik faktörlerin etkileşimi sonucu oluşan insan davranışlarının tanımlandığı "Sosyal Bilişsel Kuramın" bir bileşenidir. Kişisel faktörler, bireyde mevcut olan boy, kilo gibi biyolojik faktörlerin yanında özyeterlilikle ilişkili faktörleri de ifade etmektedir (Wise 2002). Çevresel faktörler, hava durumu ve fiziki ortamın etkileri de dahil olmak üzere bireyin dışında meydana gelen faktörleri ifade etmektedir. Davranışsal faktörler ise birey tarafından gerçekleştirilen davranışları ifade etmektedir. Davranışsal faktörler veya sosyal performans sosyal yeterliliğin göster-

geleridir. Sosyal yeterliliğin artması durumunda, sosyal ortamlardaki bireysel sosyal performans da artmaktadır (Bandura 1997).

Özyeterlilik, olası durumları yönetmek için eylemleri organize etmek ve yürütmek için yeteneklere olan inanç olarak tanımlanmaktadır (Bandura 1997). Bireyin özyeterlilikle ilgili algısı, hangi faaliyetleri gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğine, faaliyete ne kadar zaman, kaynak ve çaba harcayacağına, denemeler ve zorluklarla karşılaşıldığında o kişinin ne kadar süre bu faaliyeti yapmaya devam edeceğine etki etmektedir. Yüksek düzeyde özyeterliliği olan bireyler, yeni faaliyetlere katılmakta, yeni faaliyetlere daha fazla zaman, çaba ve kaynak ayırmakta ve bu faaliyetlere daha uzun süre katılmaktadır (Bandura 1997).

Sosyal özyeterlilik, özyeterliliğin değişik bir boyutudur. Bireyin sosyal özyeterliliği, bireyin sosyal hayatta nasıl hareket edeceği konusunda çok etkilidir. Yeni arkadaşlıklar edinmek, diyaloga girmek, sosyal ilişkiler geliştirmek ve güçlendirmek sosyal özyeterliliğin değerlendirilebileceği göstergelerdendir. Sosyal özyeterlilik, bireylerin performanslarından dolayı elde ettiği başarılar, deneyimler, sözlü ikna ve fizyolojik göstergelerden etkilenmektedir. (Bandura 1997).

Bireyin sosyal özyeterliliği, bu kaynaklardan elde ettiği bilgiye göre güçlenmekte veya zayıflamaktadır. Performans başarıları, kişisel yeterliliği doğrudan etkilediği için sosyal özyeterliliğin güçlendirilmesi için en önemli bilgi kaynağıdır. Genellikle bir davranış başarı ile sonuçlanırsa özyeterliliğe etkisi güçlenmektedir ve tersine performans başarısız olursa etki zayıflamaktadır. Diğer bir bilgi kaynağı ise deneyimlerdir ve bireyin belirli bir davranışı sergilemesi sonucunda gözlemlediği ve elde ettiği birikimlerdir. Birey kendisiyle benzer bireysel özelliklere sahip olan kişilerin başarılarını gözlemeyerek kendisinin de bir davranışının başarı ile sonuçlanıp sonuçlanamayacağını düşünebilir. Başkalarının başarması kendisinin de başarabileceğini düşüncesini oluşturabilir. Bu durum başarısızlık için de geçerlidir. Benzer bireysel özelliklere sahip olan bireyin başarısızlığı bireyin kendisinin de başarısız olacağını düşünmesine neden olabilir. Başarılı ola-

bileceği düşüncesi sosyal özyeterliliği artırırken başarısızlık düşüncesi ise özyeterliliğini azaltabilir. Bunun yanında birey eğer, bir davranışı sergilerken zorluklarla karşılaşır başarıya ulaşırsa, bir davranışı çok kolay bir şekilde sergileyip başarıya ulaşmasından daha fazla tatmin olmaktadır.

Bireyin sosyal özyeterliliğinin geliştirilmesinde diğer bir kaynak ise sözlü iknadır. Saygın, yetkin veya konusunda bilgili ve güvenilir bir kişiden gelen olumlu ifadeler bireyin özyeterliliğine olan inancını geliştirebilmekte ve özyeterliliğini artırmaktadır. Birey, sosyal performansı konusunda olumlu olduğu zaman özyeterliliği de güçlenmektedir (Bandura 1997). Bunun tam tersi olarak, güvendiği diğer kişilerin bireyin sosyal başarısı konusunda şüphe duyduğu ya da belirsizlik hissettiğini ifade etmesi, bireyin sosyal özyeterliliğini zayıflatabilir. Sosyal özyeterliliğin geliştirilmesinde son kaynak fizyolojik göstergelerdir. Bireyin fiziksel olarak hissettiği bazı göstergeler onun sosyal özyeterliliği üzerinde etkilidir. Bu fiziksel göstergeler bireyin yetenek eksikliği veya başarısız olma durumu ile ilişkiliyse sosyal özyeterlilik zayıflamakta, beden başarı doğrultusunda heyecan yaşaması gibi olumlu göstergeler ise sosyal özyeterliliği güçlendirmektedir.

## YÖNTEM

Çalışmanın amacı, bireylerin fiziksel, psikolojik ve sosyal yönden olumlu kazanımlar sağlamasını amaç edinen rekreasyon terapisi kamplarının sosyal etkilerinin değerlendirilmesine yönelik derleme bir çalışma gerçekleştirmektir. Bu kapsamda Google akademik üzerinden ulusal yazın "rekreasyon terapisi ve kamp" anahtar kelimesi kullanılarak taranmış ve bu alanda gerçekleştirilen ampirik bir çalışma bulunamamıştır. Rekreasyon terapisi kamplarının olumlu etkilerine dikkati çekmek ve bu alanda çalışma gerçekleştirmeye teşvik etmek amacıyla bu derleme makale hazırlanmıştır. Bu bağlamda rekreasyon terapisi ve sosyal etkilerine yönelik olarak gerçekleştirilen uluslararası araştırmalar incelenmiştir. İkincil veriler kapsamında yapılmış olan araştırmaların gözden geçirilmesi, değerlendirilmesi, yorumlanması ve senteze yönelik derlenmesi çalışmanın temel yöntemini oluşturmaktadır.

## REKREASYON TERAPİSİNİN SOSYAL ETKİLERİNE YÖNELİK YAZIN BULGULARI

Rekreatif faaliyetlerin sosyal yönünün önemi dikkat çekicidir. Geçmişte yapılan çalışmalar, sosyal özyeterliliğin yaşam memnuniyeti üzerinde artış sağladığı (Hampton 2000) ve genel işlevsellikte iyileşme sağladığı gibi sağlıkla ilişkili olumlu çıktıları (Rejeski vd. 2001) ortaya konmuştur. Sosyal yeterlilik ve performansın rekreasyon terapisi uygulamalarıyla geliştirildiği yapılan çalışmalarla tespit edilmiştir (Tate ve Ellis 1997; Harrison ve McGuire 2008). Sosyal özyeterliliğin geliştirilmesi performans başarılarının artması, deneyim kazanılması, ikna edici mesajların verilebilmesi ve fizyolojik yönden olumlu sinyallerin alınması konularında bireyi güçlendirmektedir (Bandura 1997). Gerçekleştirilen araştırmalar rekreasyon terapisi ve bu kapsamda gerçekleştirilen kampların bireyin sosyal özyeterliliğinin artırılması konusunda olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir (Meltzer ve Rourke 2005; Harrison ve McGuire 2008). Örneğin rekreasyon terapisi kamplarının, çocuk ve gençlerin kendine verdikleri değer ve sosyal kabullenme düzeylerinde artış olduğuna yardımcı olduğu ve diğer bireylerle ilişki kurmada çok önemli bir deneyim kazandırdığı belirlenmiştir (Meltzer ve Rourke 2005).

Rekreasyon terapisi gibi organizasyonlar, aynı yaş veya hastalık grubunda olan bireylerin aynı zamanda bir arada olduğu ve tıbbi durumları ile ilgili serbest bir ortamda etkileşime girdikleri bir ortam yaratmaktadır. Bunun yanında, sosyal bağımsızlığın güçlendirildiği, bireylerin liderlik deneyimi yaşama fırsatı yakalayabildiği, sosyal özyeterliliği ve performansı artıran eşsiz organizasyonlardır (Thurber vd. 2007). Rekreasyon terapisinin bireyi yalnızlaştıran psikolojik bir problem olan depresyonun azaltılmasına ve sosyal özyeterliliğin artırılmasına yardımcı olmak için kullanılan temel bir uygulama olduğu ileri sürülmüştür (Maughan ve Ellis 1991).

Török ve diğerleri tarafından (2006) gerçekleştirilen çalışmada rekreasyon terapisi kamp programlarının kanser ve diyabet hastası çocuklarda etkileri incelenmiştir. Çalışmada, 97 katılımcının (52 kanser, 45 şeker hastası) yer almıştır. Bu çalışma kapsamında ölçme aracı olarak, Rosen-

berg Benlik Saygısı Ölçeği, Genel Algılanan Öz-Yeterlilik Ölçeği ve Kaygı Envanteri kullanılmıştır. Katılımcılara kamp öncesinde, sonrasında ve kamptan iki ay sonra bu ölçekler uygulanmıştır. Sonuç olarak, benlik saygısı ve özyeterlilikte anlamlı ve pozitif yönde bir değişim olduğu belirlenmiştir.

15 Avrupa ülkesinde çocuklar için oluşturulan rekreasyon terapisi kamp programlarına katılımın çıktıları belirlemek amacıyla bir çalışma tasarlanmıştır (Kiernan, 2004). Bu kampın amacı fiziksel, sosyal ve psikolojik çıktılarının belirlenmesidir. Hedef kitle olarak kronik rahatsızlığa sahip çocuklar belirlenmiştir. Bu çocuklara kendilerinin belirttiği fiziksel rahatsızlıklar ve etkileri sorulmuştur. Bunun yanında Benlik Saygısı ve Yaşam Kalitesi ölçekleri (12 Avrupa dili) kullanılarak çocukların benlik saygısı ve yaşam kalitesi algılarına ilişkin değerlendirme yapmak planlanmıştır. Bu kapsamda üç farklı zaman diliminde veri toplama aşaması gerçekleştirilmiştir. Çocukların kendi belirttikleri fiziksel rahatsızlıklar, benlik saygısı ve yaşam kalitesine ilişkin anket formu kamp başlamadan önce, kamp bittikten sonra ve 6 ay sonra tekrar uygulanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, fiziksel özelliklerdeki iyileşmenin çocukların psikolojileri ve yaşam kalitelerinde de kısa ve uzun dönemde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında, benlik saygısı ve fiziksel çekicilik arasında ilişkide pozitif bir değişiklik olduğu belirlenmiştir. Çocukların yaşları ve hastalıklarına göre ayırım yapılarak gerçekleştirilen analizlerde kampın olumlu çıktıları olduğu ortaya konmuştur.

Rekreasyon terapisi kamp programına katılan kronik rahatsızlığı olan çocuklarda ve gençlerde kampın sağlığa dayalı yaşam kalitesindeki etkilerini belirlemek amacıyla başka bir çalışma gerçekleştirilmiştir (Bekesi vd. 2011). Bu çalışmanın amacı doğrultusunda veri toplamak amacıyla sağlığa dayalı yaşam kalitesi ölçeği (kidscreen-52) uygulanması planlanmıştır. Onkolojik, diyabetik, bağışıklık sistemi hastalıkları olan yaş aralığı 10-18 olan 115 çocuk ve genç bu kampa dahil edilmiş ve araştırma kapsamına alınmıştır. Bu kapsamda, araştırma dahilinde kronik

rahatsızlığı olan çocuk ve gençlere kampın başlangıcından iki ay önce ve kampın bitişinden iki ay sonra sağlığa dayalı yaşam kalitesi ölçeği uygulanmıştır. Veriler analiz edilip bulgular yorumlanmıştır ve sonucunda kamp programının sağlığa dayalı yaşam kalitesi üzerinde tüm hastalık grupları için olumlu etkisi tespit edilmiştir. Kamp deneyimi ile deneyim çocukların algıları artmış ve özellikle 14 yaş altında olanların bireysellikleri azalma olduğu tespit edilmiştir.

Lavigne ve Faider-Rouman (1992) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kronik rahatsızlığı olan çocuklarda, duygulanım bozukluğu, özgüvensizlik, sosyal ve davranışsal zorlukları içeren genel uyum sorunlarının artan bir şekilde ortaya çıktığı belirtilmektedir. Dışarda grupla gerçekleştirilen faaliyetler çocukların ve gençlerin özgüvenlerini geliştirmekte ve karşılıklı iletişimlerini güçlendirmektedir (Watson 1995). Kamp programlarıyla çocuklar eğlenirken de fiziksel, psikolojik ve sosyal yönden gelişim sağlayabilmekte ve olumlu deneyimler kazanabilmektedirler.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Sonuç olarak, rekreasyon terapisini bireyin sosyal sağlığı üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu destekleyen birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen kampların bugün ve gelecekte olumlu etkileri artarak devam edebilir. Bu kapsamda kamplarda bireylerin kendi rahatsızlıklarına ilişkin bilgi edilmeleri (Bluebond-Langner vd. 1990) dışında tıbbi gelişmeleri de takip edebilme fırsatı yakalamaktadırlar. Özellikle kronik bir rahatsızlığa sahip olan gençlerde rekreasyon terapisini kamplarının sosyal kabul düzeyinde, özdeğer algısında artış ve rahatsızlığı ile daha barışık bir şekilde yaşamalarında etkili olduğu belirlenmiştir (Meltzer ve Rourke 2005).

Bu kamplar aynı yaşta, aynı hastalıkta veya engel türünde bireylerin bir araya gelmesini sağladığı için aynı durumda olan kişilerle sosyal iletişim ve etkileşim kurmalarına olanak tanımaktadır. Bu iletişim süreci de onları rahatsızlıklarıyla başa çıkma konusunda mücadele etmelerini desteklemekte (Meltzer ve Rourke 2005) ve hayata karşı

olumsuz düşüncelerinde uzaklaşmalarını sağlamaktadır. Bunun yanında kampa katılanların bireysel bağımsızlıklarını kazanmaya ve liderlik yeteneklerini geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Açık havada sosyal ilişkileri geliştirerek bireyin kendisine olan sosyal özyeterlilikle ilgili kendine güvenlerini geliştirmektedir (Thurber vd. 2007). Sonuç olarak rekreasyon terapisini kamplarının bireyin genel sağlığı üzerindeki etkileri yadsınmaz bir gerçektir. Bu kapsamda hem fiziksel hem sosyal hem de psikolojik yönden olumlu etkileri farklı yaş, hastalık, engel ve bağımlı gruplarda yapılan çalışmalarda belirlenmiştir. Bu makalede rekreasyon terapisini kamplarının yalnızca sosyal yönden olumlu etkileri üzerinde durulmaktadır. Gerçekleştirilen ulusal yazın taramasında ampirik çalışmaların genel olarak relreatif faaliyetlere katılma veya katılmama nedenleri, bunun yanında rekreatif faaliyetlere katılımın önündeki engeller çerçevesinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun yanında bu alanda gerçekleştirilen en temel çalışma, terapatik rekreasyon bir örnek uygulama olan "Otistik Bireyler Spor Eğitimi Projesi"dir. Rekreatif etkinliklerin antropometrik ve fizyolojik özelliklere etkisi (Taşkiran ve Kaya 2015), kadınlarda spor etkinliklerine katılımlarının boş zaman tatmini ve yaşam kalitesine etkileri (Eruzun 2017), terapatik rekreasyonel aktivitelere katılımın yaşlıların boş zaman, yaşam tatmini ve yaşam kalitesine etkilerine (Sevil 2015) yönelik çalışmalar da rekreatif etkinliklere katılımın etkisi incelenmektedir. Bu çalışmalar rekreatif faaliyetlere katılımın sosyal etkileri ile ilişkilidir; ancak belirli bir hedef grubuna yönelik olarak planlanan rekreasyon terapisini kampları ile ilgili gerçekleştirilen ampirik bir çalışma bulunmamıştır. Hem bu kampların organize edilip hedef gruba yönelik uygulanması ve aynı zamanda kampların etkililiğinin değerlendirildiği çalışmaların gerçekleştirilmesi konusunda alan yazında eksikliğin olduğu belirlenmiştir.

Rekreasyon terapisini kapsamında bir kamp programı hazırlamak multidisipliner bir yaklaşım gerektirmektedir. Bu kapsamda, farklı alanlarda uzman birçok uzmanın katılımı ile hedef kitleye yönelik kamp programının oluşturulması ve etkililiğinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu

konunun sadece kampa katılan bireyler kapsamında değil onların ailelerinin de ele alınarak değerlendirilmesi önemlidir. Bu nedenle, kampa katılan bireyin elde ettiği kazanım pozitif dışsalılık yaratarak onların ailelerine, okul ortamına ve içinde bulunduğu sosyal topluluğa da olumlu katkı sağlayabilir. Tüm bu çerçevede, kampa katılanların ve ilişkide bulunduğu kişi veya grupları temel alan rekreasyon terapisi kamplarının sosyal etkilerine yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir.

#### KAYNAKÇA

- Bandura A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Bandura A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs New Jersey: Prentice Hall.
- Bedini L. A. (2000). Just Sit Down So We Can Talk: Perceived Stigma and Community Recreation Pursuits of People with Disabilities, *Therapeutic Recreation Journal*, 34(1): 55-68.
- Békési A., Török S., Kökönyei G., Bokrétás I., Szentes A. ve Telepóczki G. (2011). Health-Related Quality of Life Changes of Children and Adolescents with Chronic Disease After Participation in Therapeutic Recreation Camping Program, *Health and Quality of Life Outcomes*, 9 (1): 43-52
- Bennett L.W., Cardone S. ve Jarczyk J. (1998). Effects of a Therapeutic Camping Program on Addiction Recovery: The Algonquin Haymarket Relapse Prevention Program, *Journal of Substance Abuse Treatment*, 15 (5): 469-474.
- Blinde E. M. ve McClung L. (1997). Enhancing the Physical and Social Self Through Recreational Activity: Accounts of Individuals with Physical Disabilities, *Adapted Physical Activity Quarterly*, 14 (4): 327-344.
- Bluebond-Langner M., Perkel D., Gorertzel T., Nelson K. ve McGeary J. (1990). Children's Knowledge of Cancer and Its Treatment: Impact of an Oncology Camp Experience, *The Journal of Pediatrics*, 116 (2): 207-213.
- Briery B. G. ve Rabian B. (1999). Psychosocial Changes Associated with Participation in a Pediatric Summer Camp, *Journal of Pediatric Psychology*, 24 (2): 183-190.
- Caprara G. V., Steca P., Gerbino M., Paciello M. ve Vecchio G. M. (2006). Looking for Adolescents' Well-Being: Self-Efficacy Beliefs As Determinants of Positive Thinking and Happiness, *Epidemiologia and Psichiatria Science*, 15 (1): 30-43.
- Eruzun C. (2017). Kadınların Spor Etkinliklerine Katılımlarının Boş Zaman Tatmini ve Yaşam Kalitesine Etkilerinin Araştırılması: B-Fit Spor Merkezleri Üyeleri Örneği. (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). Bartın: Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Hampton N. Z. (2000). Self-Efficacy and Quality of Life in People with Spinal Cord Injuries in China, *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 43(2): 66-74.
- Harrison M. M. ve McGuire, F. (2008). An Investigation of the Influence of Vicarious Experience on Perceived Self-Efficacy, *American Journal of Recreation Therapy*, 7(1): 10-16.
- Hill E. ve Sibthorp J. (2006). Autonomy Support at Diabetes Camp: A Self-Determination Theory Approach to Therapeutic Recreation, *Therapeutic Recreation Journal*, 40 (2): 107-125.
- Horn W., Yoels W., Wallace D., Macrina D. ve Wrigley M. (1998). Determinants of Self-Efficacy among Persons with Spinal Cord Injuries, *Disability and Rehabilitation*, 20 (4): 138-141.
- Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon (Boş Zamanları Değerlendirme) Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma*. İkinci Baskı. Ankara: Seren Ofset.
- Karaküçük, S. (2012). *Terapötik Rekreasyon Bir Örnek Uygulama OSEP (Otistik Bireyler Spor Eğitimi Projesi)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kiernan G., Gormley M. ve MacLachlan M. (2004). Outcomes Associated with Participation in a Therapeutic Recreation Program for Children from 15 European Countries: Data from the 'Barretstown Studies', *Social Science & Medicine*, 59 (5): 903-913.
- Kumar R. ve Lal R. (2006). The Role of Self-Efficacy and Gender Difference among Adolescents, *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 32 (3): 345-350.
- Lavigne J.V. ve Faier-Rouman J. (1992). Psychological Adjustment to Pediatric Physical Disorders: A Meta-Analytic Review, *Journal of Pediatric Psychology*, 17 (2): 133-157.
- Maughan M. ve Ellis G. G. (1991). Effect of Efficacy Information during Recreation Participation on Efficacy Judgments of Depressed Adolescents, *Therapeutic Recreation Journal*, 25(1): 50-59.
- Meltzer L. J. ve Rourke M. T. (2005). Benefits of Social Comparison, *Children's Health Care*, 34(4): 305-314
- Orbell, S., Johnston M., Rowley D., Davey P. ve Espley A. (2001). Self-Efficacy and Goal Importance in the Prediction of Physical Disability in People Following Hospitalization: a Prospective Study, *British Journal of Health Psychology*, 6 (1): 25-40.
- Passmore A. (2004). A Measure of Perceptions of Generalized Self-Efficacy Adapted for Adolescents, *Occupational Therapy Journal of Research*, 24 (2): 64-71.
- Punnett A.F. ve Thurber S. (1993). Evaluation of The Asthma Camp Experience for Children, *Journal of Asthma*, 30 (3): 195-198.
- Rejeski W. J., Miller M. E., Foy C., Messier S. ve Rapp S. (2001). Self-Efficacy and the Progression of Functional Limitations and Self-Reported Disability in Older Adults with Knee Pain, *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 56 (5): 261-265.
- Shank J. ve Coyle C. (2002). *Therapeutic Recreation in Health Promotion and Rehabilitation*. State College PA: Venture.



- Sevil T. (2015). Terapatik Rekreasyonel Aktivitelere Katılımın Yaşlıların Algıladıkları Boş Zaman Tatmini, Yaşam Tatmini ve Yaşam Kalitesine Etkisi. (*Basılmamış Doktora Tezi*). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.
- Taşkıran A. ve Kaya İ. (2015). Huzurevinde Kalan Yaşlılara Uygulanan 12 Haftalık Sportif Rekreasyon Programının Bazı Antropometrik ve Fizyolojik Parametrelere Etkisinin İncelenmesi, *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (1): 23-30.
- Tate D. ve Ellis G. (1997). Effects of Facilitation Techniques on Challenge Initiative Related Outcomes among Adolescents Receiving Mental Health Services, *Therapeutic Recreation Journal*, 31(2): 92-107.
- Thurber C.A., Scanlin M.M., Scheuler L. ve Henderson K.A. (2007). Youth Development Outcomes of the Camp Experience: Evidence for Multidimensional Growth, *Journal of Youth Adolescence*, 36 (3): 241-254.
- Török S., Kökönyei G., Károlyi M.A., Ittész A. ve Tomcsányi T. (2006). Outcome Effectiveness of Therapeutic Recreation Camping Program for Adolescents Living with Cancer and Diabetes, *Journal of Adolescent Health*, 39 (3): 445-447.
- Tütüncü Ö. (2012). Rekreasyon ve Rekreasyon Terapisinin Yaşam Kalitesindeki Rolü, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (2): 248 – 252.
- Tütüncü Ö. ve Aydın İ. (2016). Engelsiz Turizm Kapsamında Rekreasyon Terapi Kamplarının Değerlendirilmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27 (2): 290-297.
- Walker D. A. ve Pearman D. (2009). Therapeutic Recreation Camps: An Effective Intervention for Children and Young People with Chronic Illness?, *Archives of Disease in Childhood*, 94 (5): 401-406.
- Watson A., Hilton D. ve Hackett D. (2010). Therapeutic Recreation Camps to Provide a Residential Experience for Young People in Transition to Adult Renal Units, *Pediatric Nephrology*, 25 (4): 787-788.
- Watson A. R. (1995). Strategies to Support Families of Children with End-Stage Renal Failure, *Pediatric Nephrology*, 9 (5): 628-631.
- Williams K. E. ve Bond, M. J. (2002). The Roles of Self-Efficacy, Outcome Expectancies and Social Support in the Self-Care Behaviors of Diabetes, *Psychology, Health & Medicine*, 7 (2): 127-141.
- Winfrey C., Williams R. ve Powell G. (2002). Children with Cancer: Positive Benefits of Camp, *Camping Magazine*, 75(6): 26-33.
- Wise J. B. (2002). Social cognitive theory: A framework for therapeutic recreation practice, *Therapeutic Recreation Journal*, 34(4): 335-351.
- İpek AYDIN, Uzman, Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü.  
E-posta: ipek.aydin@deu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-9355-5712
- Özkan TÜTÜNCÜ, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü.  
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-2482-0893

## Selahattin Çoruh: Turizmde Bir Adanmışlık Öyküsü

**Duygu YETGİN**

Anadolu Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### GİRİŞ

Selahattin Çoruh ile ilgili yazı yazma konusu ilk gündeme geldiğinde hem heyecanlandım hem de şaşırđım. Öyle ki, Çoruh ile maalesef hiç tanışmamış ve ondan hiç ders almamıştım. İtiraf etmeliyim ki, araştırmaya ilk başladığımda bu kadar farklı ve çok yönlü birisi ile karşılaşacağı mı tahmin etmedim. Çoruh'un her bir çalışması beni biraz daha şaşırtmış ve etkilemişti. Bu nedenle daha derin araştırmaya başladım. "Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi" kapsamında yapılan görüşmelerdeki anılarda yer alması beni doğru kişilere de yönlendirdi. Kendisini bizzat tanıyan kişilerle de görüşme fırsatı buldum. Üniversitelerde yıllarca ders kitabı olarak okutulan kitaplarını ve yazdığı dergileri de satın alarak Çoruh'u daha iyi anlamaya çalıştım. Artık araştırmayı bir kenara koymalı ve yazmalıydım. Bu yazıda turizmi hiç tanımayan bir Türkiye'de birçok turizm kitabının yazarı, eğitimci, halkbilim araştırmacısı, turizm duayeni ve bürokrat yönleriyle de bilinen Selahattin Çoruh'un, mesleki yaşamı, turizm eğitimine katkıları ve seçilmiş eserlerinin yanı sıra meslektaşları ve öğrencilerinin hatıralarındaki Selahattin Çoruh'u da anlatmaya çalışacağım.

### MESLEKİ YAŞAMI

Selahattin Çoruh, Artvin/Hopa'da dünyaya gelir (1903). Borçka İlk Erkek Mektepte başmuallim olarak göreve başlar (1923). Darülmualim<sup>1</sup> mezunu olduğu anlaşılan Çoruh, uzun yıllar Ankara İlktehdizat<sup>2</sup> Müfettişi olarak görev yapar.

<sup>1</sup> Darülmualim: Öğretmen yetiştiren bu okullarda dini derslerin yanı sıra dil dersleri, Tarih, Coğrafya, Hesap, Hat, Türkçe, Matematik ve Kimya gibi modern çağa uygun dersler de verilmektedir.

<sup>2</sup> İlktehdizat: İlköğretim

Bu sırada Çoruh'un, "Okullarda Dramatizasyon" (1943) adlı kitabı yayınlanır ve çok ilgi görür. Çoruh, kitabın büyük ilgi görmesi üzerine yeni ilavelerle genişletilmiş ikinci basımını hazırlayarak yayımlar (1950). Önsözünde "Okullarda Dramatizasyonun birinci baskısı bir deneme mahiyetinde olmasına rağmen, Milli Eğitim Bakanlığınca takdirle karşılanmış, meslektaşlarımız arasında ilgi uyandırmış ve bazı mesleki fikir dergilerinde takdîrkâr yazıların yazılmasına vesile teşkil etmiştir." şeklinde bir yazı yer almaktadır.

Daha sonra Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nde İç Yayın Dairesi'nde göreve başlar (1943). Bu tarihte İkinci Dünya Savaşı sona erer. Avrupa'nın ekonomik durumu kötüdür. Marshall Planı ile Avrupa ülkelerine yardım yapılmaya karar verilir. Sanayi dallarının yanı sıra turizme de önem verildiği görülünce bu konu incelenmeye başlanır. Basın-Yayın Umum Müdürlüğü bünyesindeki Turizm Dairesi'nin görevi 16 Temmuz 1943 tarihinde yürürlüğe giren "Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Teşkilat, Vazife ve Memurları Hakkında Kanun" ile belirlenir. O tarihte adı Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü olan birimin Turizm Daire Müdürü Süreyya Ergün'dür. Ancak o sırada Etüt Heyeti Başkanlığı'nı gerçekleştirir. Süreyya Ergün'den Turizm Dairesi'ni gerçek anlamda kurması istenir. Ergün, işe başlamak için Çoruh ile çalışma şartını koyar. Böylece Çoruh, Turizm Daire müdür muavini olur. Turizm Dairesi'nde iki oda bir daktilo bir memur ve odacı vardır. TÜRİSAB dergisine verdiği röportajda Çoruh, o günleri şöyle anlatır:

İstanbul'u bilirim, turistleri de zaman zaman yolda görürüm ama turizmi bilmek başka bir şey. Mecburen vazifeye başladım... İş yok güç yok, ama kitaplar ve raporlar bulup okumaya başladım. Basın Yayın

Müdürü'ne gittim ve 'İsviçre, Almanya, Fransa ve İtalya'dan turizmle ilgili kitaplar getirtin' dedim. Beş altı tane kitap yurtdışından geldi ve tercüme edilmesi için gönderdim. Tercüme edilince iyice inceledim, notlar alıp müdürün odasına gittim. 'Turizmi artık öğrendim, ama bu memlekette turizm olmaz. Aşçı, garson, otel, oteli işletecek adam şu yok bu yok' dedim. Haklı buldum... Müdür Muavini olarak sekiz ay çalıştım, sadece bu işin niçin olmayacağını öğrendim. Hem halk hazır değil hem de ilgili makamlar. Sonunda İç Basın Şubesi'ndeki görevime iademi istedim...

Çoruh'un isteği kabul edilir ve İç Yayın Dairesi'ndeki görevine geri döner (1944). Bu dönemde "Aritmetik Öğretimi" (1945), "Sümer Kahramanı Engidu" (1946), "Bir Gezinin Notları Ankara'dan Rize'ye" (1948) adlı kitapları yayınlanır. Bunun yanı sıra İlköğretim dergisinde sık sık yazıları yer alır. Turizm konusunun önemini anlaşılmasına başlamasıyla 25 Mayıs 1948 tarihinde Basın Yayın Umum Müdürlüğü'nün ismi Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü olarak değişir. O dönemde Siyasi Tarih Profesörü olan Ahmet Şükrü Esmer 29 Haziran 1949 tarihinde Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'ne atanır. İlk iş olarak Selahattin Çoruh'u çağırarak ona "Selahattin, sen maarifçisin<sup>3</sup> Turizm Dairesi'nin başına bir adam bul" der. O sırada Turizm Dairesi'nde bir daktilo ve bir de odacı vardır. Hatta o odacının lakabı da çalıştığı Turizm Dairesi'nden dolayı Turist Ahmet'tir. İstenildiği gibi Çoruh, birkaç isim önerse de turizm ile ilgili başarılı bir rapor hazırlaması onun kaderini değiştirir. Selahattin Çoruh, işte tam da hazırladığı bu rapor sayesinde kendi tabiri ile keşfedilir. Basın-Yayın Turizm Genel Müdürlüğü Teşkilat Kanunu'nun yürürlüğe girmesinden (30 Haziran 1949) 45 gün sonra Selahattin Çoruh, Genel Müdür Prof. Dr. Ahmet Şükrü Esmer'in emriyle Başbakanlık Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü, Turizm Dairesi müdürlüğüne atanır (14 Ağustos 1949). Bu kanunun sekizinci maddesinde "Turizm Dairesi Müdürlüğü, yurdu yurttaşlara yakından tanıtmak üzere gerekli imkânları hazırlar, yabancıların yurttaki tabiat güzelliklerini sanat eserlerini görmelerini kolaylaştıracak her türlü tedbirleri alır ve bu alandaki özel teşebbüsleri teşvik eder." ifadesi yer alır.

<sup>3</sup> Maarifçi: Öğretim ve eğitim kurum veya kuruluşlarında çalışan kimse

Üç buçuk ay hazırlık yaparlar ve 19 Aralık 1949 tarihinde Birinci Turizm Danışma Kurulu'nda yer alacak üyeleri toplantıya davet ederler. Hazırlanan tasarı, rapor, etütleri tüm üyelere incelemeleri için gönderilir. 22 Aralık 1949 tarihinde Birinci Turizm Danışma Kurulu gerçekleşir. Çoruh, bu toplantıdan sonra turizm konusunda ümitsizliğe kapılsa da kendisini çabuk toplar ve turizm adına yapılacakları belirlemeye devam eder. İkinci Turizm Danışma Kurulu'nda (18 Aralık 1950) valilik ve belediyelerden turizm olanakları hakkında bilgiler toplanmış, konaklama sektörü içine giren mevcut otel, lokanta vb. durumları tespit eden incelemeler yapılmış ve tüm bu bilgiler doğrultusunda raporlar hazırlanmıştır. Turizm bölgelerinin etütleri yapılır, turizm ile ilgili birçok mevzu gözden geçirilir ve tasarılar ve talimatnameler hazırlanır. Bu sırada Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu tasarısı hazırlanarak danışma kurulunun incelemesine sunulur. Üçüncü Turizm Danışma Kurulu (28 Eylül-2 Ekim 1953), 22 Mayıs 1953 tarihinde yürürlüğe giren Turizm Endüstrisi'ni Teşvik Kanunu Danışma Kurulu'nda incelemeye alınır. Seyahat acentesi ve büroları talimatnameleri tartışılır. Dördüncü Turizm Danışma Kurulu (7 Şubat 1955) ve Beşinci Turizm Danışma Kurulu (25 Mayıs 1958) gerçekleştirilir. Turizm Dairesi müdürü olarak Çoruh, bu kurulların hepsinden, ön çalışmaların yapılmasından ve gerekli tüm hazırlıklardan sorumludur.

Birinci Turizm Danışma Kurulu'nda Devletin Üzerine Alacağı İşler Bölümü'nün 8. Maddesi'nde "Halk için radyo, basın; vesair vasıtalarla devamlı turizm bilgi ve terbiyesinin verilmesi" yer alır. Ancak turizm sevgisi ve bilgisinin radyo aracılığıyla kimin tarafından aktarılacağı konusu İkinci Turizm Danışma Kurulu'na kalır (1950). Kurulda bu görevi başarıyla yapacağına inandıkları ismi seçerler: Selâhattin Çoruh.

Çoruh, halka seyahat sevgisini aşılacak, halkta turizm zihniyetinin yerleşmesini sağlamak, ülkenin tarihi ve turizm güzelliklerini, tarihî eserlerin korunması gerektiğini anlatmak ve turizmin zenginliklerini değerlendirebilmek için Ankara Radyosu'nda 1951 yılı başından 1958 yılı sonuna kadar her hafta cuma günü en az 10 dakika

“Haftanın Turizm Konuşmaları” programında konuşmalar yapar. Çoruh, bu konuşmaların hazırlıklarını çok titiz bir şekilde gerçekleştirir. Çünkü en ufak bir hata ve yanlışlık yurt ölçüsünde ve dinlenen diğer memleketlerde iyi karşılanmayabilir. Bunun farkındadır. Her konuşmadan önce mutlaka kitaplar, ansiklopediler karıştırır; arkeologlara, tarihçilere, coğrafya profesörlerine, ticaret ve ekonomi bakımından da bilgi sahibi kişilere başvurur. 8 Haziran 1951 tarihli “Haftanın Turizm Konuşmaları” programının konusu Akçakoca’dır. Bu konuşma çok fazla kişiye ulaşır ve bu küçük sahil kasabasına olan ilginin artmasını sağlar (Özkök 1955; Yılmazdoğan 2018):

Akçakoca kıyı ile yüksek dağların bu kıyıya inen eteklerinde şirin bir kasaba. Karadeniz’in kendine has kokusunu Akçakoca’da duyuyoruz... Akçakoca’da bir taşın üzerine oturdum. Karadeniz’in renkli enginliğine, dağların koyu yeşiline, inci gerdanlık gibi kıyıyı saran Akçakoca’ya bakıp hayale daldım.

1958 yılı başlarında Türkiye radyolarında yapılan bütün konuşmaların incelenmesi görevi Fuat Adalı’ya verilir. 1958 yılının son aylarında kendisini dinleyen Adalı, Çoruh’u odasına çağırır. O sıralarda Bursa’da kapalı çarşı yangını olmuştur. Yangından bir gün sonra bir iş için Bursa’ya giden Çoruh, radyo konuşması için günün konusu olarak Bursa’yı ve yangını ele alır. İki konuşma hazırlar. Bunlardan ilki İstanbul’dan Bursa’ya gelip gitmenin hızlı, konforlu deniz, kara ve hava ulaştırma araçlarıyla gayet kolaylaştığını ve bu nedenle İstanbulluların yaz aylarını geçirmek için Bursa’yı tercih edebileceklerini söyler. Bunun nedeni olarak da İstanbul’un sayfiye yerlerinin apartmanlarla dolmaya başlamasını ve pahalılaşmasını gösterir. İkinci konuşmasında ise, Bursa ipekçiliğinin tarihçesini açıklarken “*rivayet edildiğine göre ipek böcekçiliği tohumu, VI. Yüzyıl ortalarına doğru Bizans İmparatoru Justinianus zamanında iki rahip tarafından Çin Türkistan’ından gizlice getirilmiş*” diye sözler kullanır. Fuat Adalı, son radyo konuşmasıyla ilgili değerlendirme yapmak için çağırıldığını belirterek söze başlar ve ekler:

Dostum, bugünlerde hükümet pahalılıktan bahsedilmesine kızıyor. Neden pahalılık kelimesini iki kere kullandın? Sonra, Kıbrıs meselesi ortada dururken ipek böceği tohumunun Bursa’ya ge-

tirilmesi hikâyesini ele alarak Bizans’tan, Bizans İmparatorluğu’ndan, Bizanslı rahiplerden söz ediyorsun? Bunları anlatman doğru değil.

der. Olaylara bu şekilde bakmayan Selahattin Çoruh, bu uyarı karşısında çok rahatsız olur ve “*Bugünden itibaren Haftanın Turizm Konuşmasını yapmayacağım*” der ve Adalı’nın başka bir şey söylemesine izin vermeden hızlıca yanından ayrılır. Bir daha da radyo programları yapılmaz.

Basın-Yayın Turizm vekili olan Server Somonoğlu, Türkiye Turizm Bankası kanun taslağı için haftada üç kez Çoruh ile görüşür. Tamamlanan taslaktan sonra bir sıkıntı olduğunu sezen Çoruh’a 12 Şubat 1959 tarihinde Basın Yayın ve Turizm Müdürü’nden bir tebligat gelir. Bu tebligata göre “Tetkik ve İstişare Kurulu” üyeliğine tayin edilir. Bu tebligatın anlamı, çok sevdiği ve bu kadar emek verdiği turizmden koparılmaktır. Bu konuyu konuşmak için 16 Şubat 1959 tarihinde Server Somonoğlu’na gider, ama onun özel kalem müdüründen şehir dışında olduğu yanıtını alır (Çoruh, 1974). Dönemin başbakanı Adnan Menderes ve Somonoğlu’nun da bulunduğu heyet, 17 Şubat 1959 tarihinde Londra’da yapılacak Kıbrıs görüşmelerine katılmak için Ankara Esenboğa Havalimanı’ndan yola çıkar. Bu uçak İngiltere’nin başkenti Londra yakınlarında düşer. Uçakta bulunan sekiz mürettebattan beşi, 16 yolcudan ise dokuzu (Basın-Yayın Turizm vekili Somonoğlu, Anadolu Ajansı Genel Müdürü Şefik Arzık, Başbakanlık Özel Kalem Müdürü Muzaffer Ersü) hayatını kaybederken Başbakan Adnan Menderes kazadan hafif yaralanarak sağ kurtulur. Selahattin Çoruh, bu duydukları karşısında çok üzülür. Ama sözleri de yarım kalır...

Tetkik ve İstişare Kurulu’nda geçen bir buçuk yılın sonunda Turizm Dairesi müdürlük görevine geri döner (22 Haziran 1960). O dönemki amirlerin de ona inanması ile önemli çalışmalara imza atar. 20 Aralık 1961 tarihinde görülen lüzum gereği Çoruh’un emekliye ayrıldığını yazan belgeyi teslim alır. Bu onun emekli olmamak için ilk mücadelesidir ve Danıştay aracılığıyla dava açar, emekliliğini durdurur. Ancak Turizm Dairesi müdürlüğü görevine dönemez.

02 Temmuz 1963 tarihinde Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurularak kamu yönetiminde turizm

bu tarihten itibaren Bakanlık düzeyine getirilir. 1963 yılı Aralık ayında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı merkez kadrosundan Sosyal Turizm Uzmanlığına tayin edilir ve Mersin Turizm ve Tanıtma Bölge Müdürlüğü'ne incelemeler yapmak için görevlendirilir (16 Aralık 1963). Mersin'de bulunduğu 15 gün içerisinde Silifke, Mersin ve Tarsus arasındaki sahil şeridini turizm açısından değerlendirebilmek için geziler yapar. Turizm tesislerini inceler ve halk, belediye ve idari amirleriyle görüşmeler gerçekleştirir. Ankara'ya döndüğünde ise İmar ve İskân Bakanına çıkarak bölge planlamasında konunun istenildiği şekilde işlenmesi için uzmanlar gönderilmesi gerektiğini anlattığı raporları sunar. Bu konu hemen değerlendirilerek çalışmalara başlanır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda uzman müşavir olarak işe başlar başlamaz (18 Ocak 1964) daha önceki tüm Turizm Danışma Kurulu çalışmalarını organize ettiği için 23–26 Haziran 1964 günleri arasında Altıncı Turizm Danışma Kurulu'nun düzenlenmesi ve işlerin aksaksız yürütülebilmesi için görevlendirilir.

6086 Sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun tasarı hazırlıkları 1949–1950 yılları arasında yapılır. Bu tasarının kanunlaşması sırasında karma bir komisyon kanun maddeleri üzerinde görüş alışverişleri gerçekleştirilirken aşağıda belirtilen birinci madde üzerinde en az 15 dakikalık bir tartışma gerçekleştirilir:

Bu kanunun ikinci maddesi gereğince tayin olunan vasıfları taşıyan oteller, moteller, pansiyonlar, gazino ve lokantalar, plajlar, kamplar, eğlence yerleri, spor ve avcılık tesisleri, kaplıcalar, istirahat ve tedavi müesseseleri ve bu sayılanlara mümasil tesislerden, mevcut veya yeniden kurulacak olanlar bu kanunun tatbikinde sayılırlar...

Çoruh, bu madde konuşulmadan hemen önce telefon geldiği için dışarıya çağrılır ve uzun bir süre telefonda kalır. Geldiğinde hâlâ birinci maddenin düzenlenmiş şeklinde kabulüne denildiğini duyunca muavini Ziya Tuğal'a "Neden bu birinci maddenin müzakeresi uzadı?" diye sorar. Ziya Tuğal'ın bu soru karşısındaki yanıtı şöyledir: "O sırada yoktun. Bulunsaydın, komisyon üyelerinin kızdıklarını görürdün. Bu madde için arpa-marpa, odun-modun der gibi otel-motel deyimini kullanılmış.

*Bu laubaliliğe kızdılar. Bu nedenle, uzun konuşmalar oldu. Motel kelimesi maddeden çıkarıldı."* Maddenin müzakeresinde komisyonda bulunmadığına üzüldü ve ikinci maddenin müzakeresine geçilmeden ısrarla söz alarak konuşma talebinde bulunur. Kabul edilen konuşmasında aşağıdaki ifadelere yer verir:

...Çeşitli kuruluşlarca üzerinde önemle durulan Kanun Teklifindeki deyimlerde herhangi bir laubalilik bulunmamaktadır. 'Motel' kelimesi arpa-marpa, odun-modun gibi deyimler içinde değildir. Motel kelimesi turizm tesislerinden birinin adıdır. Tanımı ise, motorlu araçlarla seyahat edenlerin yol boylarında kurulmuş olan ve araçlarını park edecek yerlere sahip olan konaklama tesisidir. Sayın komisyon üyeleri; maddenin müzakeresinin yeniden ele alınmasını ve maddeden çıkartılmış olan 'motel' kelimesinin tekrar maddeye konulmasını rica ediyorum.

der. Başkan maddeyi gözden geçirir ve "Madde de '...ve bu sayılanlara mümasil tesislerden' denildiğine göre, bu deyim motel kelimesini de içine alır. Bu nedenle, maddenin yeniden müzakeresine lüzum yoktur" diyerek maalesef konuyu kapatır. Motel ile ilgili bu ilginç durum ise, Cumhuriyet Gazetesi yazarı Hamdi Varoğlu imzasıyla fıkra haline bile dönüştürülür.

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun<sup>4</sup> kurucusu Reşit Saffet Atabinen ile ilk kez tanıştığında onun entelektüel birikiminden etkilenir (1947). Atabinen'e olan saygısı I. Turizm Danışma Kurulu'nda yaptığı konuşmasından sonra daha da artar (1949). Hatta onu bir "turizm akrabası" ve "turizm yakını" olarak görür. Çoğu zaman çevresine turizm alanına olan sevgisinde onun da payı olduğunu anlatır. Atabinen'in sohbetleri Çoruh için yararlı, esprili ve kişileri yetiştiren tarzdadır. Bu nedenle, onunla her fırsatta uzun uzun sohbet eder (Çoruh 1965). Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Ocak–Nisan 1965 Belleteni'nde Reşit Saffet Atabinen'in vefatının ardından yazı kaleme alarak son cümlesinde onun her zaman hatırlanması gerektiğini yazar:

... Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun kurucusu olarak Türk turizmine büyük hizmetlerde bulun-

<sup>4</sup> Bu kurum, 1923 yılında "Türk Seyyahin Cemiyeti", 1926 yılında "Türkiye Turing Klubü", 1930 yılından itibaren ise "Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu" adlarını almıştır.

muş olan Reşit Saffet Atabinen'in yıllık toplantılarda, her zaman rahmetle anılmasının, saygı ve sevgi ile hatırlanmasını kurum büyüklerince gelenek haline getirilmesini gönülden dilerim.

Çoruh, Turizm Bankası'nın kuruluşunda da aktif rol alır. Özdemir, *Türk Turizm Tarihinde Bir Büyük Usta: Selahattin Çoruh* başlıklı çalışmasında bu konuya geniş yer ayırmaktadır (Özdemir 2017). Çoruh, Ankara'da 1954 yılında faaliyete geçen Bulvar Palas Oteli'nin kurulmasında da etkili olur. 13 Mayıs 1953 tarihinde kabul edilen, 22 Mayıs 1953 tarihinde yürürlüğe giren 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun 30. maddesine göre işletmeler 50 milyon liralık bir kredi fonu alabilmektedir. Bu karara göre özel teşebbüsün turizm alanında gerçekleştireceği inşaat, cihaz ve donatım yatırımlarının yüzde ellisi kadar kredi kullanabilecektir (Çoruh 1967). O tarihte Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesi müdürü olan Çoruh, Bulvar Palas Oteli'nin kurucuları olan Ahmet Gültaş ile Haydar Ertan'ın, inşaatı yavaş süren iş hanlarını otele dönüştürmelerini tavsiye eder ve bunun için Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu'ndan yararlanarak kredi alabileceklerini söyler (Yılmaz 2018). Bu durum Hasan Gültaş'ın hafızasında şu şekilde yer etmiştir:

Babamlara 'siz burayı iş hanı yapmayın. Bakın elimizde şu anda dış kaynaklı çok iyi turizm kredileri var. Burayı otele çevirin. Size bu imkânları sağlayalım' diye bir öneride bulunmuş.

Böylece meşhur Bulvar Palas Oteli, Ahmet Gültaş ile Haydar Ertan'ın ortak kararıyla iş hanından otel inşaatına dönüştürülür ve 1954 yılında inşaat biter. Çoruh, müdürlüğü sırasında Türkiye'nin birçok yerine geziler gerçekleştirir. Bu geziler onda, tarihi ve kültürü bakımından dünyaya ışık olmuş olan bu ülkenin doğru propaganda ve tanıtım çalışmaları ile turizmde çok başarılı olunacağı inancını artırır. Gezi esnasında turizm açısından gerçekleştirdiği inceleme yazılarını rapor halinde Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nde sunar. Bu raporlar Bursa'nın Turizm Meseleleri (1956), Aydın ve Denizli'nin Turizm Meseleleri (1957), Erzurum'un Turizm Meseleleri (1957) adlı kitaplara dönüştürülür. Örneğin, Amasra'ya Turizm Dairesi Müdürü

iken giden Çoruh, Başvekâlet Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'ne sunduğu uzun raporda Amasra üzerinde önemle durur (1954):

Tarihi zenginlik günlerinin hatıraları içinde bugün balıkçılık ve meyvecilik ile geçinen halkın görgü, nezâket bakımından asaletleri örnek düzeydedir. (...) Plajda yüzlerce kadın ve erkek vardı. Bunlar başka şehir ve kasabalardan gelmişlerdi. Kasaba içinde şortla kadınlar, kızlar dolaşıyordu. Kimse rahatsız etmiyordu. Gece yarısı güzel bir İtalyan kızının tek başına otele döndüğünü gördüm.

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun 1957-1958 yılı toplantısında, her yıl turizm ile ilgili başarılı bir makaleye ödül verilmesi konusu gündeme gelir ve 1957 yılındaki ödül turizm alanındaki yazıları ile tanınan ve belli başlı illerin turizm konusundaki ihtiyaçlarını ayrıntılı raporlayan Çoruh'a verilir (Evcin 2016: 122).

Artvin Turizm ve Tanıtma Derneği, 1965 yılında Ankara'da faaliyete geçer. Çoruh ise, bu derneğin ilk başkanı olarak seçilir. Artvin ili ve ilçelerinin yakın tarihinde yaşanmış savaşlar, göçler, işgaller, kara günler ve Artvin'in ana vatana kavuşmasını sağlayan girişimlerin toplandığı "Artvin ve çevresi 1828-1921 savaşları" adlı kitabın önsözünü yazar ve hemşerilerinin kurtuluş yıldönümlerini kutlar.

TÜRSAB dergisinde vefatından iki yıl önce (1985) bir röportajı gerçekleştirilir. "Bostancı'da büyük bir apartmanın ikinci katına çıkıyoruz. 40 yıl öncesinden bugüne sürekli olarak turizm için çalışmış, birçok doğruyu ilk kez söylemiş bir insanla randevumuz var. 82 yaşında bir delikanlı çıkıyor karşımıza.." diye devam eden yazıda Çoruh'un turizmle tanışma öyküsünü yer alır. Bu yazının başlığı "Bir turizm mücahiti Selahattin Çoruh" tur. Araştırmacıya verdiği kartvizitte "Başbakanlık, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü, Turizm Dairesi Müdürlüğü'nden, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Turizm Uzman Müşavirliği'nden Emekli-Yazar" ifadeleri bulunur (TÜRSAB 1986).

Ömer Adıgüzel, *Eğitimde Yaratıcı Drama* adlı kitabının, Türkiye'de eğitimde yaratıcı dramının gelişimi bölümünde Yaratıcı Dramanın Türkiye'deki öncülerinde Çoruh'a ve eserlerine geniş yer verir (Adıgüzel, 2017). Adıgüzel diğer çalışmalarında da Çoruh'un drama ile ilgili çalışma-

larına mutlaka yer verir. Mehmet Özdemir, Selahattin Çoruh ile Ağustos 1984 tarihinde tanışır. “Türk Turizm Tarihi ve T.C. Turizm Bankası A.Ş’nin Tarihçesi” üzerine uzun bir görüşme yaparlar. Mehmet Özdemir’e göre, Çoruh’un hafızası son derece kuvvetli, olaylara vakıftır (Özdemir 2017).

### SEÇİLMİŞ ESERLERİ

Selahattin Çoruh, bir rastlantı sonucu turizmci olsa da tam bir turizm sevdalısı haline alır. Turizme dair birçok eserleri olan Çoruh, aslen pedagog öğretmendir, bu nedenle, çok farklı konularda makaleler ve kitaplar da kaleme alır. “Okullarda Dramatizasyon” (1943 ve 1950), “Aritmetik Öğretimi” (1945), “Sümer Kahramanı Engidu” (1946), “Ankara’dan Rize’ye” (1948) gibi seyahat notlarının da bulunduğu geniş bir yelpazede kitapları bulunur. 1939 ve 1966 yılları arasında yayın faaliyetini sürdüren *İlköğretim Dergisi*’nde 1947 yılına kadar sık sık yazıları yer alır. Kızılcahamam’da 29 adet köy okulu kurulması, planları ve diğer tüm çalışmalar için görevlendirilen Çoruh, bu dönemi ayrıntıları ile yazar ve bazı okulların inşaat fotoğraflarına da yer verir (Çoruh 1940).

1 Ağustos 1947 tarihindeki *İlköğretim* dergisindeki makalenin adı ise “Okul Çağındaki Çocuklar İçin Çocuk Edebiyatı”dır. Bu makalesinde gelişim psikolojisine olan hâkimiyeti şapka çıkaracak derecededir (Çoruh 1947). Çoruh, *Turizm Bilgisi* adlı kitabını bazı resmi ve hususi talepleri karşılamak için Basın- Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü adına kaleme alır (1952). Kitapların bir nüshasını önemli köşe yazarlarına gönderir. Aşağıda belirtilen gazetelerde adı geçen köşe yazarları Çoruh’tan, dikkatlice okudukları her bir cümleden anlaşılabilir Turizm Bilgisi adlı kitaptan ve aşına olmadıkları turizmden uzun uzun bahsederler:

- (1) *Cumhuriyet Gazetesi*: 30 Ağustos 1952 - Turizm ve Türkiye turizmi adlı eser – Hüsnü Sadık Durakal
- (2) *Vatan Gazetesi*: 29 Eylül 1952 – Kör Kadı – Devede Tüy – Sadun G. Savcı.
- (3) *Akşam Gazetesi*: 30 Eylül 1952 – Akşamdan Akşama – Turizmin iki hassas noktası – Va-Nü.

(4) *Hürses*: 1 Ekim 1952 – Şeytanın Gör dedikleri – Turizm Bilgisi - Çetin Altan

(5) *Yeni İstanbul*: 6 Ekim 1952 – Gördükleriniz – Parasızlıktan mı? –

(6) *Cumhuriyet*: 7 Ekim 1952 – Hem Nalına Hem Mihuna – Turizme Dair – Abidin Daver.

*Memleketimiz uzun müddet turizme karşı kayıtsız kaldıktan sonra nihayet bu işin ehemmiyetini kavramış... Önümde BYTGM Turizm Dairesi Müdürü Selahattin Çoruh’un Turizm Bilgisi adlı eseri bulunuyor. Bu faydalı kitap bize turizm hakkında bildiğimiz ve bilmediğimiz birçok şeyi öğrettiği gibi bu mühim mevzuda memlekette yapılan işlerden ve neşredilen kanunlardan da bahsediyor.* (Abidin Daver, 7 Ekim 1952).

(7) *Cumhuriyet*: 11 Ekim 1952 – Hem Nalına Hem Mihuna – Darısı Başımıza – Abidin Daver.

(8) *Son Saat*: 10 Ekim 1952 – Estiği Gibi – Turizm Bilgisi Adlı Kitap – Zeria Karadeniz.

(9) *Hürriyet*: 02 Kasım 1952 – Turistlik Neşriyat – Ahmet İhsan

(10) *Zafer*: 03 Kasım 1952 – Turizm Meselesi –Haluk Ökeren

(11) *Siyasi İlimler Mecmuası*: Sayı: 260 – Turizm Bilgisi – Hasan Refik Ertuğ.

“*Ekonomik Dayanağımız Turizm*” (1962) adlı kitabında ülkenin iktisadi durumu, turizm ekonomisi ve sanayisi, turizmde teşkilatlanmalar, turizm danışma kurulları, turizm suçları, turizm sanayinin teşvik ve himayesi gibi başlıklar yer alır. Çoruh’un bu kitabının önsözünde kitabın okunmasını ve okunduktan sonra eleştirilmesi gerektiğini belirten bir yazısı vardır:

Dileğim, bu kitapçığı her aydın kimsenin okumasını istiyorum. Okuduktan sonra görüşlerini ve tenkidlerini bildirirse beni çok sevindirir. Böyle bir bildiri bir iki satırla da olabilir. En acı tenkidler bekliyorum yeter ki bu kitapçık okunsun. Turizm konusunun memleket ölçüsünde bir dava olmasını istiyorum.

26 Kasım 1960 yılında eğitim müşaviri olan Dr. Anthony R. Lanza, “*Turizm Bilgisi*” adlı kitabı tercümanlar aracılığıyla inceler. Türkiye’de turizmin önemini anlayan çok az insandan birisi olarak Çoruh’u gösterir ve kitabın bir ilk olması

nedeniyle emsalsiz olarak nitelendirir. Bu yazı, “*Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz* (1963) adlı kitabın önsözünde bulunmaktadır. Bu kitapta turizmin gelişimi, turizm endüstrisi, turizmde propaganda, turizm meslek ve teknik öğretimi, sosyal, gençlik ve öğrenci turizmi, Türk turizmi için bugüne kadar gerçekleştirilen çalışmalar gibi bölümler yer alır.

“*Genel Turizm Bilgisi*” (1967), “*Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz*” (1963) kitabının geliştirilmiş ve güncellenmiş bir halidir. Bu kitap daha çok eğitim-öğretim kurumları için hazırlanır. Genel turizm kitapları “İnsan, doğuştan hareketli ve gezgindir.” veya “İnsan, yaratılışında hareketlidir.” gibi cümleler ile başlar.

Türk turizm tarihine tanıklık etmiş hatta başrolde yer almış birisi olan Çoruh, “*Turizm Çalışmalarımızın Geçmiş Günleri*” başlıklı (1974) kitabında; turizm ile ilgili tüm çalışmaların ayrıntısına yer verir. Aynı zamanda bu kitap, turizm eğitim kurumlarının öykülerini, Turizm Bankası’nı, turizm derslerinin yaygınlaşmasını, Turizm Danışma Kurulu’nun ilk toplantısından altıncı toplantısına kadar olan kısmı, Türkiye’deki ilk turizm çalışmalarını, turizm ile ilgili hukuki mevzuatı gibi turizme dair birçok konuları içerir.

#### **TURİZM EĞİTİMİNE KATKILARI**

Köy okulundan liseler ve öğretmen okullarına kadar tüm okullarda turizm dersleri verilmesi için 1951 yılında Milli Eğitim Bakanlığı yetkilileri ve üniversite Profesörleri ile yapılan çalışmalarda bulunur. Bu derslere titiz bir şekilde kaynak kitaplar hazırlar. Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Dairesi’nde kurulan komisyonun çalışmalarına katılır.

Gümrük muayene ve muhafaza memurları kurslarında, Kayseri ve Ankara’daki Polis Enstitüsü ve kolejlerinde, Jandarma subay ve astsubay okullarında, Kaymakamlık kurslarında, Ankara Polis Enstitüsü’nde beşer saatlik turizm dersleri verir. Bunların yanı sıra Milli Güvenlik Akademisi’nin isteği üzerine İzmir Hava Harp Okulu, İstanbul Deniz Harp Okulu ve İstanbul Harp Akademisi’nde turizm ile ilgili konferanslar verir (Çoruh 1974). Ankara Otelcilik Okulu’nda turizm dersleri verir.

Ankara’da 16 Ocak 1956 tarihinde “Sekreterlik Öğretmeni Yetiştirme Merkezi” ve aynı yıl “Ticaret Öğretmen Okulu” adı altında öğretim süresi üç yıl olarak Ankara Olgunlaşma Enstitüsü’nün bir bölümünde öğretime başlar. Daha sonra 1959 yılında Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu olarak ismi değişerek Maltepe’de bulunan binaya taşınır (Yetgin 2018). Çoruh, bu okulun yüksek ihtisas okulu olması için Mesleki ve Teknik Öğretim müsteşarı dâhil birçok kişiyle görüşme yaptıktan sonra 26 Mart 1965 tarihinde turizmin ülkedeki önemini vurgulayan, üst kademe kalifiyeli çalışanların yetiştirilmesi ve turizm öğretmenlerine olan ihtiyaca değindiği ve Ankara’daki Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu’nun bu ihtiyacı karşılayacak kadroya, okul, donanuma sahip olduğunu belirten bir rapor hazırlar (Çoruh 1974). Bu yazı üzerine bu okul dört yıllık Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu’na dönüştürülür (1965-1966). (1) İşletme ve Muhasebe, (2) Büro İdaresi-Sekreterlik (3) Turizm İşletme ve İdarecisi olmak üzere üç ayrı bölüme ayrılır. İlk iki sene derslerin ortak işlendiği bu okulda üçüncü sınıfın başlangıcına denk gelen Eylül veya Ekim aylarında öğrencilere hangi konuda uzmanlaşmak istedikleri sorulur ve dilekçe ile uzmanlaşmak istedikleri bu üç bölümden birini okulun yönetimine bildirmeleri istenir. 1956 yılındaki açılışından bugüne kadar ülkeye sayısız orta dereceli ticaret ve turizm meslek liselerine meslek öğretmenleri, öğretim elemanları, yazarlar, siyaset adamları ve ticaret ve turizm sektörü çalışanları yetiştirir. Bu ve bunun gibi nedenlerden dolayı ticaret ve turizm eğitimi konusunda her zaman öncü olmuş bu okul tarihe geçer (Yetgin 2018).

Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretim Okulu’nda dört şube halinde bulunan tüm birinci sınıflara Genel Turizm Bilgisi; Turizm İşletme ve İdarecisi bölümlerinin üçüncü sınıflarına Turizm Coğrafyası; Turizm İşletme ve İdarecisi bölümlerinin ve Büro İdaresi ve Sekreterlik bölümlerinin dördüncü sınıflarına Propaganda, Reklam ve Halkla İlişkiler derslerini 1970 Şubat ayına kadar verir. Bu da haftada 10 saat ders demektir. Hatta 1968-1969 ders yılında 19 erkek, 27 kız olan son sınıf Turizm ve Büro İdaresi Bölümü öğrencileriyle görevli öğretmen Seher Özdoğan’ın de katı-



lımıyla 20 Mayıs günü Ankara'dan otobüsle yola çıkarlar. Afyon, Uşak, Manisa, İzmir, Bergama, Efes, Aydın, Didim, Miletos, Pamukkale, Side, Manavgat, Silifke ve Gözlu Devlet Çiftliğinde inceleme, araştırma gezisi yaparak 27 Mayıs akşamı Ankara'ya dönerler. Bu uzun gezi sonrası asla yorgunluk bile hissetmezler (Çoruh 1974).

Öğrencileri Ankara Palas Oteli'ne götürür, uygulamalı eğitimlere önem verir. O dönem adı Ankara Arkeoloji Müzesi olan Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ne incelemelerde bulunmak için geziler organize eder. Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretim Okulu'nda Turizm dersleri grup başkanı olarak görev yapar. Otel sayısının çok sınırlı olduğu bu dönemlerde sektör ile iyi ilişkileri sayesinde öğrencilere staj yerleri ayarlar. Ancak üçüncü kez emeklilik ile ilgili tebligat geldiği için hiç istemese de öğretmenliği bırakır (1970). Emekli olan kişilerin resmi dairelerde çalışmasını engelleyen bir madde kanunlaşmıştır. Aslında yapacak ve anlatacak o kadar şeyi vardır ki... O da bu bilgileri yazıya döker. TÜRSAB yayınları, İller ve Belediyeler Dergisi, Türkiye İktisat Gazetesi, Türkiye ve Dünya'da Turizm ve Turizm Mecmua gibi dergilerde uzun bir süre yazıları yayınlanmaya devam eder.

### MESLEKTAŞLARI VE ÖĞRENCİLERİ GÖZÜYLE

"Türkiye Turizm Tarihi" çalışması sayesinde o kadar değerli kişilerle tanıştık ki saymakla bitmez. Bu görüşmelerden biri de rahmetli Prof. Dr. Hasan Olalı ile yapılan sözlü tarih görüşmesidir (2013). Görüşme sırasında, Hasan Olalı'ya turizmin öncülleri olarak gördüğü kişilerin kimler olduğu sorusu sorulunca, Olalı bir an bile duraksamadan Selahattin Çoruh'un ismini verir. Turizm açısından değerli bir insan olarak gördüğü Çoruh'un Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğünde çalıştığı için işin bürokratik ve pratik yönlerine hâkim olduğunu böylece turizm alanında birçok başarılı kaynak kitap yazdığını anlatır.

Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü'nde 1964 yılından 2004 yılına kadar çalışan Müzeyyen Acır, ilk işe başladığında Turizm Bakanlarına deneyimleri, bilgi birikimleri ile aktif hizmet sunan bakanlık müşavirlerinden

ikisinin yanında görevlendirilir. Bu müşavirlerden birisinin Çoruh olduğunu söyler ve onunla ilgili anılarından şu şekilde bahseder:

Turizm Bakanlığı'nı özellikle beş bölümde değerlendirerek vermek istiyorum. Birinci dönem benim için 1953 ve 1963 yılları arasındaki bilinçlendirme ve kuruluş aşamalarıdır, yapılandırma aşamasıdır ki bu dönemde birlikte çalıştığım ilk amirlerimden bir anekdot vereyim size. Bütçe konuşmaları sırasında Basın Yayın Turizm Dairesi Müdürü rahmetli Sayın Selahattin Çoruh, turizmi anlatırken milletvekilleri arasından, 'turizm nedir? komünizm, kapitalizm gibi bir ideoloji midir' gibi sorulara muhatap olduğunu anlatmıştı.

1965 yılında dört yıllık Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'na geçiş sürecindeki ilk öğrenciler olan Erdal Çetinkaya ve emekli Ticaret Meslek Lisesi öğretmeni Safiye Çetinkaya'nın öğrencilik yılları, okul ile ilgili izlenimleri ve deneyimlerine başvurdum. İlk olarak Erdal Çetinkaya ile sözlü tarih görüşmesi yaptığımda Çoruh'un Ticaret Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'na katkılarından ve ona olan minnettarlığından bahsetti:

Bu okulun Ticaret Turizmin turizm ilavesiyle yeniden açılmasına sebep olan kişi Selahattin Çoruh'tur. Birinci sınıfta bize turizmi anlatmaya başladı, turizmi öğreten de sevdiğim de Selahattin Çoruh'tur. Bizimle gezilere katıldı. Bir turizm sevdalısıydı Selahattin Çoruh. Yaşı da o zaman 55-60 yaşında vardı. Selahattin Çoruh'un gayretiyle Ticaret Turizm'de turizm bölümü açılmış ve ara elemanı yetiştiren bir bölüm olarak Ticaret Turizm'de turizm bölümü mezun vermeye başlamıştı. Bizim okul mezunları turizm ve otelcilik okullarına öğretmen olarak atandı.

Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'ndan 1968-1969 yılında eğitim hayatına başlayan Dr. Şule Çetin, Turizm İşletme ve İdaresi bölümünden mezun olur (1973). Turizmin babası olarak nitelendirdiği Çoruh'tan şu şekilde bahseder: "*Selahattin Çoruh, turizmin babasıdır. Biz onun kitaplarını okuduk, çok sevdiğim bir hocamdı.*" Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'nun Turizm İşletme ve İdaresi Bölümü'nden mezun olan emekli öğretmen Metin Çetin ise Çoruh'u o kadar güzel ifadeler kullanarak anlattı ki ona olan hayranlığım bir kez daha artar:

Keyifle ders anlatan nüktedan birisiydi. Turizm derslerimizin hepsini o verirdi. Genel Turizm ve Turizm Coğrafyası gibi derslerimize girmişti. Derslerde öğrencileri motive etmesini çok iyi bilirdi.

Hikâyeleştirerek anlatım yapar ama mutlaka anlatımını o günkü dersin konusuna bağlardı. Turizmin tabana yayılması gerektiğini vurgular ve ülkenin kurtuluşu için turizmin anlaşılması gerektiğini söylerdi. Turizm eğitiminde öncüydü. Çok kaynak kitabı vardı. Bu kitaplardan birinin basımında destek olduğunu hatırlıyorum. Turizmciler ve öğretmenlerin dış görünüşlerine her zaman dikkat etmeleri gerektiğini söyler ve eklerdi.. 'Göz önünde olunan mesleklerde bakım şarttır' derdi. Akademik bir unvanı olmasa da o çok değerli ve unutulmaması gereken bir eğitimci-dir. Gezilere bizimle birlikte gelirdi.

1966–1970 yılları arasında Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'nda İşletme ve Muhasese Bölümü'nde öğrenci olan Safiye Çetinkaya, Çoruh'un "Turizm, altın yumurtlayan tavuktur" deyişini hiç unutamaz. Güler yüzlü ve esprili ders anlatışı ile çok rahat bir şekilde turizmi öğrendiklerini, o kadar zorlu derslerin yanında bu zevkli ve anlaşılır dersin keyifle geçtiğini anımsar. Hatta turizmin tanımını rahatlıkla yapabildiğini ve asla unutmadığını belirtir. Türkiye'nin ilk otelcilik okulu olan Ankara Otelcilik Okulu'ndan 1964 senesinde mezun olan Kaya Gürlersan, Çoruh'un Turizm Coğrafyası dersinde öğrendiklerini hiç unutmaz ve onun bürokrat yönünü de takdir eder:

Selahattin Çoruh, Turizm Coğrafyası dersimizin öğretmeni-ydi. Turizm Bakanlığı'ndan gelen, dünya tatlısı bir hocaydı. Selahattin Çoruh'un sözleri hep aklımda 'Turizmci olacaksınız üç şeyi yapmayacaksınız. (1) Hiçbir şekilde o binanın içinde politika konuşmayacaksınız. (2) Hiçbir şekilde o binanın içinde din konuşmayacaksınız.(3) Hanımlar her zaman gençtir, onların yaşını hiç sormayacak, hesaplamayacaksınız.' derdi... Selahattin Çoruh Hocam, önemli bir bürokrattı. O zamanın şartlarında ileriye gören insanlardandı. Benim için çok kıymetli bir insandı, o ve onun gibi bürokratlar, Türkiye'nin turizmi için inanılmaz planlar, projeler ve katkılarda bulundular.

Baş öğretmenlikten İç Yayın Dairesi'ndeki görevine, Turizm Dairesi Müdürlüğü'nden Sosyal Turizm Uzmanlığına, Turizm Uzman Müşavirliği'nden Yüksek Öğretmen Okulu'ndaki öğretim elemanlığına kadar bir çok görev üstlenen Selahattin Çoruh, her zaman sevilen sayılan birisi olarak yer eder. Çalışkanlığı, üretkenliği ve güler yüzlü oluşu onun en bilinen özellikleridir. Daha sonra fıkralaşacak kadar komik birçok olaya tanıklık eder. Turizmde müdürler gelir müdürler gider, bakanlar gelir bakanlar

gider, ama o bıkmadan usanmadan turizmin gelişimi için gezilere katılmaya, raporlar hazırlamaya, seminerler vermeye ve makaleler-kitaplar yazmaya devam eder.

## DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Selahattin Çoruh, çok yönlü, disiplinli bir eğitimci-dir. O tüm çalışmalarını uygulamaya çalışır ve bunları da mutlaka derli toplu bir şekilde kaleme alır. Öğretmenliğe başladığı ilk yıllardan itibaren hangi alanda çalışırsa çalışsın mutlaka konusuyla alakalı önemli dergilerde onun yazılarına rastlanılır. Tesadüfen turizmci olan Çoruh, tam bir turizm sevdalısına dönüşür. Yazdığı hiçbir şey boş ya da anlamsız değildir. Yıllar öncesinden bugünlerde yaşanması olası sıkıntılara da değinir. Latince '*Verba volant, scripta manent!*' şeklinde yazılan bu atasözü Türkçe 'Söz uçar yazı kalır' anlamına gelmektedir. Çoruh, bu atasözünün belki de en başarılı uygulayıcısı olarak karşımıza çıkar. Emekli olmamak için defalarca dava açsa da sonuncusunu (üçüncüsü) kazanamaz ve maa-lesef emekli olmak zorunda kalır. Emekli de olsa uzun yıllar dergilerde yazıları yayınlanır. Ülkeye yalnız turizm anlamında değil drama, edebiyat gibi alanlarda da çok önemli değerler bırakan Çoruh, 18 Ocak 1987 tarihinde vefat etmiştir. "*Okullarda Dramatizasyon*" adlı kitabı ile yaratıcı drama alanında bir öncü olarak kabul edilen Çoruh'un Türkiye turizm tarihinde hak ettiği yeri alması için hazırlanan bu çalışmayı siz okuyucuların takdirine sundum. Umarım Çoruh, bu dünyaya kırgın olarak veda etmemiştir.

## SEÇİLMİŞ YAYINLARI

### Kitaplar

- Çoruh, S. (1943). *Okullarda Dramatizasyon*. (Birinci Baskı) Bursa: Ankara Kitabevi.
- Çoruh, S. (1945). *Aritmetik Öğretimi*. İstanbul: AK-ÜN Basımevi.
- Çoruh, S. (1946). *Sümer Kahramanı Engidu*. Ankara: Akba Kitabevi.
- Çoruh, S. (1948). *Bir Gezinin Notları Ankara'dan Rize'ye*. Ankara: Doğu Matbaası.
- Çoruh, S. (1950). *Okullarda Dramatizasyon*. (İkinci Baskı). İstanbul: Öğretmen Dergisi İşıl Matbaası.
- Çoruh, S. (1952). *Turizm ve Türkiye Turizmi. Turizm Bilgisi I*. Ankara: Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü.
- Çoruh, S. (1952). *Turizm Bilgisi*. Ankara: Turizm Genel Müdürlüğü.

- Çoruh, S. (1954). *Herkes İçin Turizm Bilgisi*. Ankara: Doğu Matbaası.
- Çoruh, S. (1955). *Turizm Bakımından Memleket Etüdüleri*. Ankara: Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü.
- Çoruh, S. (1956). *Bursa'nın Turizm Meseleleri*. Ankara: Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü.
- Çoruh, S. (1957). *Aydın ve Denizli'nin Turizm Meseleleri*. Ankara: Yıldız Matbaacılık ve Gazetecilik.
- Çoruh, S. (1957). *Erzurum'un Turizm Meseleleri*. Ankara: Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü.
- Çoruh, S. (1958). *Turizm ve Propaganda*. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.
- Çoruh, S. (1959). *Belediyeler ve Turizm*. Ankara: Türk Belediyecilik Derneği No:11.
- Çoruh, S. (1960). *Turizm Bilgi ve Terbiyesi*. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.
- Çoruh, S. (1962). *Ekonomik Dayanağımız Turizm*. İstanbul: İstanbul – Ankara Turistik Otel, Lokanta ve Emsali İşverenler Sendikaları Yayınları: 1.
- Çoruh, S. (1963). *Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz*. Ankara: Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Matbaası.
- Çoruh, S. (1965). *Türkiye'de Turizm*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı.
- Çoruh, S. (1965). *Garsonun Temel Kitabı*. Ankara: Arkin Kitabevi.
- Çoruh, S. (1967). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çoruh, S. (1969). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çoruh, S. (1969). *Propaganda - Reklam - Halkla İlişkiler*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çoruh, S. (1970). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çoruh, S. (1970). *Turizm Sanayii ve Ticareti Alanında Çalışanlara - Çalıştırıcılara Çağrı*. Ankara: Ankara Turistik Otel – Lokanta ve Eğlence Yerleri İşverenler Sendikası.
- Çoruh, S. (1971). *Sosyal Turizm – İşçi Turizmi*. Ankara: Türkiye OLEYİS Sendikası.
- Çoruh, S. (1971). *Resmi Turizm Kuruluşumuza Yeni Bir Şekil Vermek Zorundayız*. Ankara: Ankara Turistik Otel – Lokanta ve Eğlence Yerleri İşverenler Sendikası.
- Çoruh, S. (1974). *Turizm Çalışmalarımızın Geçmiş Günleri*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çoruh, S. (1983). *Turizm Dersi (Lise III)*. İstanbul: İnkılâp ve Aka Kitapevleri.

## Makaleler

- Çoruh, S. (1940). Kızılcahamam Köylerinde Okul İnşaatı, *İlköğretim*, 2 (40): 343-345.
- Çoruh, S. (1943). Aritmetik öğretiminde hareket ve oyunla çalışma örnekleri, *İlköğretim*, 7 (135-136): 1797-1798.
- Çoruh, S. (1944a). Aritmetik Dersleri: Rakamların Öğretilmesi, Deste Fikrinin Kavratılması, *Büyük Rakamların Yazdırılması*, *İlköğretim*, 8 (145-146): 1915.
- Çoruh, S. (1944b). Aritmetik Dersleri, *İlköğretim*, 8 (157-158): 2074-2075.

- Çoruh, S. ve Gökçe, M. (1943). Aritmetik, Geometri Derslerinin Ülkü ve İlkeleri, *İlköğretim*, 7 (129-130): 1730-1731.
- Çoruh, S. (1947). Okul Çağındaki Çocuklar İçin Çocuk Edebiyatı, *İlköğretim*, 12 (233-234): 3036-3038.
- Çoruh, S. (1950). Turizm Teknik Öğretimi, *İller ve Belediyeler Dergisi*, Temmuz (58): 12-13.
- Çoruh, S. (1985). 1949 Yılında Turizm Politikası Arayışları. *TÜRSAB Aylık Yayın Organı*, Ekim 37.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Ö. (2017). *Eğitimde Yaratıcı Drama*. Ankara: Pegem Akademi
- Çoruh, S. (1967). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çoruh, S. (1947). Okul Çağındaki Çocuklar İçin Çocuk Edebiyatı, *İlköğretim*, 12 (233-234): 3036-3038.
- Çoruh, S. (1940). Kızılcahamam Köylerinde Okul İnşaatı, *İlköğretim*, 2 (40): 343-345.
- Çoruh, S. (1974). *Turizm Çalışmalarımızın Geçmiş Günleri*. Ankara: Güven Matbaası.
- Evcin, E. (2016). Basın-Yayın Ve Turizm Genel Müdürlüğü Döneminde Turistik Tanıtım ve Propaganda Faaliyetleri, *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, (94): 95-160.
- Özdemir, M. (2017). Türk Turizm Tarihinde Bir Büyük Usta: Selahattin Çoruh, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (1) :143-152.
- Özkök, M. (1955). Akçakoca: Karadeniz Kıyısında Şirin bir Plaj ve Sayfiye Kasabası, Akçakoca: Akçakoca Turizm Derneği Yayınları, Sayı:1.
- Yetgin, D. (2018). Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin Kurum Tarihi. İçinde; N. Kozak, (Editör) *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm* (ss. 603-624). İstanbul: Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Yılmaz, A. (2018). Ankara Bulvarı Palas Oteli (1954-1993). İçinde; N. Kozak, (Editör) *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm* (ss. 359-378). İstanbul: Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Yılmazdoğan G. (2018). Karadeniz'in Devrik İncisi Akçakoca'da Turizm. İçinde; N. Kozak, (Editör) *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm* (ss. 35-51). İstanbul: Yıkılmazlar Basın Yayın.

## Kaynak Kişiler

- Acır, M. (2014) Müzeyyen Acır (Görüşen: Mune Moğol Sever). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri*, 9. Cilt (ss. 359-371) İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.
- Çetin, Metin. 10 Mayıs 2018 tarihli telefon görüşmesi (Görüşen: Duygu Yetgin)
- Çetin, Ş. (2013) Şule Çetin (Görüşen: Savaş Evren). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri*, 5. Cilt (ss. 341-352) İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.
- Çetinkaya, E. (2013) Erdal Çetinkaya (Görüşen: Duygu Yetgin) İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri*, 5. Cilt (ss. 437-445) İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.

Çetinkaya, Safiye. 10 Mayıs 2018 tarihli telefon görüşmesi. (Görüşen: Duygu Yetgin)

Gültan, H. (2015) Hasan Gültan (Görüşen: Aysel Yılmaz). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri*, 6. Cilt (ss. 224-232) İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.

Gürlersan, K. (2015). Kaya Gürlersan (Görüşen: Arzu Tokar). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri*, 5. Cilt (ss. 586-611). İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.

Olalı, H. (2013). Hasan Olalı. (Görüşen: Ece Doğan). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri*, 5. Cilt (ss. 25-41). İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.

Duygu YETGİN, Öğr. Gör. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: dyetgin@anadolu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9909-4523>

## Tarihi Değerlerinin Korunmasına ve Turizmin Gelişmesine Adanmış Örnek Bir Yaşam: Çelik Gülersoy

Nezih BAŞGELEN

Arkeolog–Editör

Arkeoloji ve Sanat Yayınları

İstanbul'da birbiri ardına düzenlenip halka açılmış yeşil alanların, onarılıp fonksiyon verilmiş tarihsel yapıların, kültür alanında nice olumlu yankılar yaratmış çalışmaların, herbiri bir boşluğu doldurmuş yüzlerce kitabın ardında, sesiz sedasız işine bakmış, üretmiş bir kültür adamı... Yıllar boyu iğne ile kuyu kazar gibi kendini yetiştirmiş, birkaç bilim ve sanat dalında kaynaklara incek kadar uzmanlaşmış ve derinleşmiş, turizm, hukuk, edebiyat, şehir ve sanat tarihi üzerine birçok özgün eserler vermiş bir araştırmacı-yazar... Klasik Batı ve kendi müziğimizin tutkulu ve rafine bir izleyicisi, düzenlediği konserlerle bu güzellikleri toplumla paylaşmasını seven bir müzik dostu. Tabiatı ve tarihi çevreyi değerlendirmenin ve sanatı halka sunmanın (eğitici) kutsal bir iş olduğu inancıyla çalışmış, içi sevgiyle dolu bir gönül adamı. Doğu–Batı değerleri arasında başarılı sentezler ortaya koymuş bir öncü... Bütün olanaklarını İstanbul'un güzelleşmesi, eski ve asıl değerlerine kavuşması için seferber etmiş, doğaya tutkun bir İstanbul âşığı: Çelik Gülersoy. Bu yazıda kendisini tanıtmaya çalışacağım.

### YAŞAMI

Çelik Gülersoy, babasının Doğu hizmeti sırasında Hakkâri'de doğar (1930). Babası Akif Bey, Ünye'ye kadılar ve müftüler vermiş olan Müftüoğulları ailesindedir. Annesi Münevver Ha-

nım ise, Erzurumludur. Aile, 1933 yılında Cumhuriyetin 10. yılı kutlama şenlikleri sırasında İstanbul'a gelerek önce Kariye Camii yakınında, 1934 yılından sonra ise Yıldız'da oturur. Gülersoy, ilk, orta ve lise öğrenimini İstanbul'da tamamlar. Beyoğlu Erkek Lisesi'ni birincilikle, İstanbul Hukuk Fakültesi'ni iyi derece ile bitirir. 1959-1960 yılları arasında askerlik görevini yapar. Öğrenimi sırasında girdiği Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun 1966 yılında da Genel Müdürü olur. Bu kuruluşu yeniden yapılandırarak ülkenin ihtiyaç duyduğu birçok hizmetleri kazandırır.

### ÇELİK GÜLERSOY'UN ALTIN YILLARI

Gülersoy, İstanbul'daki ilk çevre düzenlemesini 1977 yılında Edirnekapısı'nda Kariye Camii ve çevresinde gerçekleştirir. 1979 yılı, başlattığı büyük projelerle adının yurtiçinde ve yurtdışında duyulduğu dönemin başlangıcı olarak değerlendirilebilir. 1990 yılı ise, hükümetin triptik rejimini ansızın değiştirerek, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun ana gelirini kesmesi açısından olumsuz bir dönüm noktasıdır.

Gülersoy, 1979 yılında yayınladığı "Kapalıçarşı'nın Romanı" adlı kitabı ile Simavi Vakfı ödülünü aldığı törende hazır bulunan Aytekin Kotil'in şehir konularında kendisinin fikirlerinden yararlanmak istediğini söyler. Bunun üye-

rine Kotil ve yardımcıları ile birlikte İstanbul'da bir gezi yaparlar. Gülersoy, Kotil'i Kariye Müzesi, Yıldız ve Emirgan parklarına götürür, harap durumdaki köşklerle, bakımsız parkları göstererek bir işbirliği teklifinde bulunur. Kurum, bütün Yıldız Parkı'nın bakımını üstüne alacak, birkaç köşkü onarıp halka açacak ve 15-20 yıl kullanıp karşılığında ayrıca kira da ödeyecek, parkın geliri de belediyeye kalacaktır. Restorasyon masrafları kiradan düşülmeyeceği gibi, ayrıca sigorta da yaptırılacaktır. Gülersoy'un sunduğu bütün şartlar, Belediye'nin dolayısıyla kamunun lehinedir. Kotil, iki sözleşmeyle bu tesisleri Kurum'a verdiğinde, Gülersoy da inanılmaz bir gayret ve beceri ile gece gündüz durup dinlenmeden uygulamalara girişir.

#### MALTA KÖŞKÜ İLE BAŞLAYAN BÜYÜK DÖNÜŞÜM

1979 yılı başında Malta Köşkü'nün onarımı dört ay gibi kısa sürede bitirilip, binanın bütün odaları kısa sürede döşendiğinde ortaya çıkan sonuç herkesi şaşırtır. Malta Köşkü, Kurum'un organizasyonu olan uluslararası bir kongre ile açılır: Turing Kurumları (AIT) Uluslararası Federasyonu Avrupa Toplantısı. Reşit Saffet Bey'in 1930 yılında İstanbul'da topladığı bu önemli kongre, 49 yıl sonra yine İstanbul'da toplanmaktadır. Aynı yılın yazında, Yıldız Parkı'ndaki Çadır Köşkü'nün ön ve arka bahçeleri, Emirgan Parkındaki Sarı Köşk de, yine "sihirli bir değnek" değmişçesine yenilenecek halka açılır. Bu mekânlardaki olağanüstü değişimler hemen basın ilgisini çeker ve her cins yayın organında, bu yeni tesisleri tanıtan resim ve yazılar çıkmaya başlar.

1980 yılı yazında bu tesisleri gezen dönemin Kültür Bakanı Tevfik Koraltan da, Gülersoy'a Kültür Şeref Ödülü vermeyi kararlaştırır. Ödül töreni de Çadır Köşkü'nün bahçesinde yapılır. Çalışmalar yurtdışında da duyulmuş ve geniş yankı yaratır. Bunun sonucunda Avrupa Konseyi'ne bağlı bir kuruluş olan Europa Nostra Vakfı bile ilgi duyar ve kendi tarihinde ilk defa, Türkiye'ye bir ödül verir. Ödülün nedeni Malta Köşkü, sahibi de Gülersoy'dur. Bu gelişmelerin ardından, Fransız hükümeti de Gülersoy'a ulusal takdir nişanının "Officier" rütbesini verecek, töreni de Malta Köşkü'nde yapacaktır.

Gülersoy'un Çamlıca Tepesi, Kariye, Yıldız ve Emirgan Parkları Düzenlemeleri Dünya çapında ün kazanır. Aynı süreçte Belediye Başkanı Aytekin Kotil, İstanbul, Kurum ve Gülersoy'un yaşamında çığır açacak önemli bir kararı Şehir Meclisi'nden geçirerek, Çamlıca Tepesi'nin düzenlenmesini Kurum'a verir. Şehir Meclisi'ndeki engellemelere karşın çıkan bu önemli karardan sonra gerçekten de kısa sürede Çamlıca Tepesi'nin çehresi inanılmaz şekilde değişir. Ay-lar sonra Gülersoy onu, görevinden ayrıldıktan sonra açılış törenine getirdiğinde, Kotil gördüğü manzara karşısında duygulanarak "bu kadarını ben de beklemiyordum..." diyecektir. Çamlıca düzenlemesi ile ilk kez, hem Kurum hem de Gülersoy, geniş halk kitleleriyle doğrudan iletişime geçer. Bir mezbeleliğin ve pislik yuvasının, kısa zamanda farklı bir yapıda düzenlenmesi ve buraya tarihi karakterde ulusal bir kimlik kazandırılması, bu konudaki yayınların yetersizliğine karşılık, halkın geniş ilgisini ve sevgisini çeker.

#### ANADOLU UYGARLIKLARI BELGESELLERİ VE YAYINLAR

Açılışının duyulmasından sonra on binlerce insan burayı ziyarete gelir, tatil günlerinde, çevre trafiği uzun süre kilitlenir. Halkın bu olağanüstü ilgisi, o günlerde toplumda halk yararına yapılan olumlu hizmetlere duyulan samimi hasretin de bir göstergesidir. Bu arada Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun sponsorluğunda hazırlanan kültür filmleri dizisi Suha Arın'ın yönetimindeki yapımlarla birbiri ardınca devam etmekte, büyük beğeni ile tekrar tekrar gösterilmekte ve Antalya Festivali ödüllerini almaktadır.

İstanbul tarihi üstüne 1970'li yıllarda, bir seri halinde, şehrin semtlerinin yüzyıllar boyunca değişikliklerini saptayan gravür ve resim materyalini, semtlerin tarihçeleriyle beraber yayınlamaya başlar. İkinci bir dizi halinde ise, Türkiye'den bahsedilen birkaç ünlü batı eserlerini ilk defa olmak üzere dilimize kazandırarak, bunların başlarına, yazarlarının kimliğine dair etütler yazar. Üçüncü dizi olarak İstanbul'un semtleri ve önemli yapılarının monografilerini başlatır. Bu seride, Kapalı Çarşı'nın, Dolmabahçe ve Çırağan Sarayları'nın, Göksu'nun, Sultanahmet Camiinin ve Hıdıv Kasrı'nın, ilk kez yapılmış etütleri yayınlanır.

### KAPIKULE DÜZENLENİYOR

Kapıkule Gümrüğü'nün düzenlenmesi de 1981 yılında tamamlanır. O güne kadar tam bir kargaşa görünümündeki Türkiye'nin bu en büyük kapısı, tanınmaz derecede düzeltilir, 70 dönümlük bir arazi ele alınarak modern bir görünüm kazandırılır. Buna karşılık açılış töreninde, Kurum'a yer verilmediği gibi Gülersoy'a da konuşma hakkı tanınmaz. Ancak olaya en geniş şekilde yer veren TV ve basın sayesinde, bu haksızlık, kamu vicdanında geniş yankılara yol açar. Bu bağlamda 1981 yılında askeri yönetim, gerçekdışı iddialarla, Kurum aleyhinde bilgilendirilecek ve Kurum'un fonksiyonlarını Turizm Bankası'na devreden bir kanun hazırlanmaya bile çalışılacaktır.

Gülersoy, 1981 Atatürk Yılı'na anlam katan bir dizi hizmeti de gerçekleştirir. Büyük Ata'nın Samsun'a gitmeden önce 1919 yılında bir süre kaldığı Şişli'deki tarihi ev, kısa sürede Kurum kadroları seferber edilerek onarılır. Metnini kendisinin yazdığı ve Suha Arın'a hazırladığı Dolmabahçe ve Atatürk belgeseli geniş ilgiyle izlenir. Eser, Güvenlik Konseyi'nin ve TRT'nin ilgisi ile 10 Kasım gecesi TRT televizyonunda gösterilir.

### YILDIZ PARKI PEMBE VE YEŞİL SERALARI

Çelik Bey'in "İstanbul'u koruma ve güzelleştirme çalışmaları", 1980'li yıllarda peş peşe yine hizmetlerle her geçen gün artarak ve yankıları genişleyerek sürer. Yıldız ve Emirgan koruları içindeki restorasyon ve sıhhatleştirme programları sonucu; Beyaz Köşk, Pembe Köşk, Sarı Köşk, Malta Köşkü, Çadır Köşkü onarılarak, fonksiyon verilerek halka açılır. Yıldız Parkı'nda, Pembe ve Yeşil seralar Gülersoy'un çizgi ve yönlendirilmesiyle inşa edilerek farklı konseptlerle halkla buluşur. Çamlıca Tepesi'nde doğal çevre düzenlemeleriyle içinde çeşitli ünitelerden oluşan Osmanlı kahvehaneleri ve çiçekler dolusu bahçeler İstanbul'la birlikte tüm dünyanın ilgi odağı olur.

### SULTANAHMET'TE BİR ÖNCÜ GİRİŞİM: YEŞİL EV

Aynı zamanda müziğin duyarlı dostu olan Gülersoy'un, Beyaz Köşk'te düzenlendiği klasik müzik konserlerinin unutulmaz tadı izleyenlerin hafızalarında. 1983 yılında İhlamur Mesiresi,

Kayıklar, İstanbul Estetiği kitaplarını yayımlar. 1984 yılında Sultanahmet'te otel olarak düzenlediği eski konak, Yeşil Ev adıyla bitirilerek açıldığında yurtiçinde ve dışında büyük yankı uyandırır. Bu öncü örnek tüm ülke çapında eski yapıların kaderini etkileyecektir. Aynı yıl Çubuklu'daki Hidiv Kasrı'nın da onarım ve restorasyon çalışmaları tamamlanır, içi döşenerek bahçesiyle birlikte halka açılır. 1984 yılında İstanbul'un Anıtsal Ağaçları ve Dolmabahçe kitaplarını yayımlar.

1985 yılında Kariye Müzesi karşısına tarihi tarzda bir pavyon yapılır ve buradaki meydan trafiğe kapatılarak korunmuş bir tarihi çevre oluşturulur. Aynı yıl, Hidivler ve Çubuklu Kasrı, Hotel d'Angleterre, Küçüksu ile Reklamlar ve Biz adlı eserlerini peş peşe yayımlar. 1985 yılında tüm mal varlığını, kendi adını taşıyan vakfa vasiyet yoluyla bırakır. 1986 yılında Ayasofya'nın yanındaki Soğukçeşme Sokağı'nda türünün öncü bir örneği olarak Ayasofya Pansiyonları'nın açılışını gerçekleştirir. Ayrıca Soğukçeşme Sokağı'nın içinde tamirhane olarak kullanılan antik sarnıç da onarılarak tipik bir restoran olarak düzenlenir. Aynı yıl Sultanahmet Konağı'nın yanındaki harap Cedid Mehmed Efendi Medresesi onarılarak İstanbul El Sanatları Çarşısı olarak fonksiyon kazandırılır. Şehir etütleri çalışmalarında İstanbul Şarkısı, Taksim, Soğukçeşme Sokağı kitaplarını yayımlar.

1987 yılında Soğukçeşme Sokağı içindeki İstanbul Kitaplığı binası bitirilerek açılır. Kapıkule Gümrüğü arkasında 70 dönümlük bir alana Teknik ve Turistik Hizmet Merkezi kurulur. Soğukçeşme'de Soğukçuyu Medresesi'nin onarımına da destek verilir. Boğaz'ın karakteristik köşesi üzerine "Göksu'ya Ağıt" kitabını yayımlar. 1988 yılında şehir dışına taşınarak Zekeriyaköy'e yerleşir ve burası için kurduğu Vakıf ile köyedeki birçok evin ve bahçenin islahını gerçekleştirir. 1989 yılında "Tramvay İstanbul'da" ve tüm yaşamını konu alan "Kırk Yıl Olmuş" kitapları yayımlanır.

1990'lı yılların başında Gülersoy yurtiçinde ve dışında herkesin yakından tanıdığı, Cumhuriyet Türkiye'sinin gerçek yıldızlarından, ülke kültürünün anıt isimlerinden birisidir. Ancak "Şark'ta" adet olduğu üzere her türlü sıra dışı

şı başarı ve toplum adına yapılan iyilikler onun açısından da bu ülkede cezasız kalmayacaktır. Fenerbahçe'nin imarı ile uğraşırken, belirli çevrelerin yönlendirmesiyle Özal hükümetinin Maliye Bakanlığı tarafından kurumun ana geliri kesilir. Böylece Gülersoy'un ve Kurum'un kamuya yönelik ve tüm ülkede büyük beğeni ve ilgi gören projelerinin engellenmesi süreci başlatılır. Kurum, bu sıkıntılı süreçte ülkeye kazandırdığı değerleri birbiri peşine elinden çıkarmak zorunda kalır. Bolu Koru Oteli'ni, İstanbul'daki Kariye Oteli ve evlerini satar; 1974 yılından beri imar edip ve bakım altında tuttuğu Kariye de tümüyle elinden çıkar.

Tüm bu olumsuzluklara karşın eldeki kısıtlı olanaklarla yeni projelere devam eder. Fenerbahçe'de altı taş üstü cam büyük bir pavilyon olan "Romantika" (1991), daha sonra Soğukçeşme Sokağı'nda konukevi ile Büyükdere'ye (1993) bir park yapar. Danıştay'ın içtihat değiştirmesi ile kurum 71 yıllık tarihinde ilk kez vergilendirilip, borcun geriye doğru işletilmesi üzerine kurum Şişli Meydanı'ndaki merkez binasını da satmak zorunda kalır (1994). Aynı yıl değişen Belediye yönetimi de Çamlıca'yı, Emirgan ve Yıldız Parkları dâhil tüm köşkleri Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'ndan geri alır. Tüm olumsuzluklara karşın Gülersoy, Büyükdada için yeni bir proje başlatarak, belirli yerlerin onarımını sağlar, at arabalarını ettirir (1996). Kargir ve harap Fabiato Köşkü tümünden onarır, bahçesini yeniden düzenleyerek "Kültür Evi" adıyla kitaplık, konser salonu ve kafe olarak açar (1998).

Bu dönemde Büyükdada'ya çekilmiş burada kendisine yeni projeler ve yayınlarla ayrı bir dünya kurmaya çalışır. Fenerbahçe Parkı'nda kurduğu Doğal Gıda Pazarında doğal ürünleri toplatıp halka sunar. Safranbolu'da "Cevizli Konak" otel olarak düzenlenir (2000). 2002 yılında Osmanlı'nın son dönem mimarisini yansıtan Büyükdada İskelesi onarılarak, üst katında kurum tarafından işletilen bir kafe açılarak pusula, saat, eski haritalar gibi denizcilik materyalleri ve Şirket-i Hayriye'ye ait belgelerle donatılır. Büyükdada Araba Meydanı düzenlenerek kontrol merkezi yapılır (2001). Eski Bebek İskelesi onarılır ve "Turing Bebek Cafe" olarak hizmete girer (2002).

## DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İstanbul'un güzelleştirilmesi, tarihi eserlerin korunması ve turizmin geliştirilmesi konusunda gösterdiği örnek davranışın karşılığı olarak, 1999 yılında tahakkuk ettirilen "gecikme" cezalı ağır vergiler en verimli çağında elini kolunu bağlar (Danıştay'da üç kez kazanıldığı halde), siyasetin maruz bıraktığı haksızlıklar onu kahreder!... Bu olumsuz süreçte tutulduğu amansız hastalığın sonucu 5 Temmuz 2003 tarihinde Büyükdada'ya fenalaşmasının ardından kaldırıldığı Osmanoğlu Kliniği'nde 6 Temmuz günü vefat eder. 8 Temmuz Salı günü sevdiği, dostları ve Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu çalışanlarının katıldığı bir törenle son yolculuğuna uğurlanarak, arzusu doğrultusunda çok sevdiği annesi Münevver Hanım'ın yanına, Demirciköy mezarlığında toprağa verilir. Mezarı daha sonra özel bir tasarımla düzenlenir. Kendisinin deyişiyle "Turing, tarihte ve ülkede bir ışıktı". Bu güçlü ışığın kaynağı ise, Çelik Gülersoy'un sevgi dolu benzersiz yüreği, iradesi ve eşsiz aklısıdır. Aydınlık ve karanlığın ezeli mücadelesinde Cumhuriyet aydınlığının bu ışık kaynağını, çok daha önemli eserler vereceği oldukça erken bir dönemde, içi ülke sevgisi dolu, kafasında gerçekleştiremediği hayalleriyle yitirdik...

## ESERLERİ

- Gülersoy, Ç. (1955). *Die Juristische Grundlage der Strassenverkehrsordnung in der Türkei*. İstanbul: Çituri Biraderler Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1959). *Tabiatı Koruma*. İstanbul: Çituri Biraderler Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1962). *Beşiktaş'da İhlamur Mesiresi ve Tarihi Kitabeler*. İstanbul: Cesar Rigo Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1962). *Sosyal Turizm*. İstanbul: Çituri Biraderler Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1963). *Trafik Polisimin İşaretleri: (Karşılaştırmalı Araştırma)*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1964). *Seyahat Acenteliği*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1964). *Yıllık Ücretli İzin*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1965). *Türkiye'nin Turizm Propagandası*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1966). *Un Guide d'İstanbul*. İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1966). *Trafik'de Kılavuz İşaretler*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1966). *Turizm Gerçeğimizin En Önemli İncelemesi Üstüne Düşünceler*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1967). *A Guide to İstanbul*. (Translated by Barry Unworth). İstanbul: Yenilik Basımevi.

- Gülersoy, Ç. (1967). *Palast von Dolmabahçe = Palace of Dolmabahçe = Palais de Dolmahçe = Dolmabahçe Sarayı*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1968). *Un guide d'Istanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1968). *Führer durch İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1968). *Otomobile Avrupa*. Hazırlayanlar: Çelik Gülersoy, Fuat Ayantur, Oktay Alpin. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1968). *Yol ve Reklâmlar*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1970). *Türk Toplumunu ve Turizm: (Sosyo-Psikolojik Temeller)*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1970). *Trafik Sorunumuz Üstüne Düşünceler*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1971). *Alphonse de Lamartine ve İstanbul Yazıları*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1971). *Avrupa Gezi Rehberi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1971). *Menü*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1971). *İstanbul: Köprü ve Galata*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1972). *A Guide to İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1972). *Turkish Society and Tourism: Historical and Socio-Psychological Grounds*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1972). *Korunması Gereken Boğaziçi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1973). *Führer Durch İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1973). *Guide D'Istanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1973). *Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun 50 yılı (1923-1973)*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1973). *İstanbul: Tophane, Fındıklı, Kabataş*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1974). *Kariye (Chora)*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1975). *A Guide to İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1975). *Guida di İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1975). *Otomobil İle Avrupa Gezi Rehberi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1975). *Kariye: Chora*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1976). *A guide to İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1976). *Guiede d'Istanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1976). *Batiya Doğru*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1977). *Führer durch İstanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1977). *Otomobil ile Avrupa Gezi Rehberi*. Ankara.
- Gülersoy, Ç. (1978). *A Guide to İstanbul*. İstanbul: Sayılı Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1978). *Guide d'Istanbul*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1978). *Boğaziçi Sorunlar-Çözümler*. İstanbul: Erler Matbaacılık.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Guide D'Istanbul*. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Kapalı Çarşının Romanı*. İstanbul: Erler Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Yıldız Park und Malta Pavillon*. İstanbul: Ali Rıza Başkan Güzel Sanatlar Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Yıldız Parkı ve Malta Köşkü*. İstanbul: Güzel Sanatlar Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Parc de Yıldız et Pavillon de Malta*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Yıldız Parc and Malta Pavilion*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1979). *Turizm Tarihimizden Bir Yaprak: Türkiye'nin İlk Oteli Hotel d'Angleterre*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1980). *Story of the Grand Bazaar*. İstanbul: Erler Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1980). *Lâle ve İstanbul*. İstanbul: Güzel Sanatlar Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1980). *Yıldız ve Emirgan Parkları ve Köşkerleri*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1981). *Pembe Sera'nın Hikâyesi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1982). *Çamlıca'dan Bakışlar*. İstanbul: Ali Rıza Başkan Güzel Sanatlar Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1982). *Eski İstanbul Arabaları*. İstanbul: Apa Ofset Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Kariye (Chora)*. İstanbul: Evler Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Parc de Yıldız et Pavillon de Malta*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Yıldız Parc and Malta Pavilion*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Yıldız Park und Malta Pavillon*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Yıldız Parkı ve Malta Köşkü*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Yıldız Park und Malta Pavillon*. İstanbul: Apa Ofset Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Kayıklar. [İstanbul]: Türkiye Turing ve Otomobil Kurum*. İstanbul: Güzel Sanatlar Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Le Roman du Grand Bazar*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *İstanbul Estetiği*. İstanbul: Güzel Sanatlar Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Ihlamur Mesiresi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Son 400 Yılda Tophane Senti*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1983). *The Touring and Automobile Association of Turkey 60. Year 1923-1983*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1983). *Türkiye'nin Turing ve Otomobil Kurumu 60. yıl 1923-1983*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1984). *Dolmabahçe*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1984). *İstanbul'un Anıtsal Ağaçları, I: Rumeli Kavacı Kâğıthane Arası*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1985). *Hıdiv'ler ve Çubuklu Kasrı*. İstanbul: Apa Ofset Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1985). *Edirnekapı'sında Bir Örnek*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1985). *Hıdiv Kasrı Çubuklu-İstanbul*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1985). *Hotel d'Angleterre*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1985). *Küçükku: Çayır-Çeşme- Kasır = Meadow-Fountain-Palace*. İstanbul: Apa Ofset Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1985). *Reklâmlar ve Biz*. İstanbul: Apa Ofset Basımevi.
- Gülersoy, Ç. (1986). *Kariye (chora)*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1986). *Taksim: Bir Meydanın Hikâyesi*. İstanbul: Apa Ofset Matbaacılık.



- Gülersoy, Ç. (1987). *Batı'ya Doğru*. İstanbul: Met/er Matbaası.
- Gülersoy, Ç. (1987). *Göksu'ya Ağıt*. İstanbul: Aksoy Matbaacılık.
- Gülersoy, Ç. (1987). *İstanbul Şarkısı*. İstanbul: Aksoy Matbaacılık.
- Gülersoy, Ç. (1987). *Turing'in Altın Kuralları*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1989). *Soğukçeşme Street*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1989). *Tramvay İstanbul'da*. İstanbul: Evren Ofset.
- Gülersoy, Ç. (1989). *Kırk Yıl Olmuş*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1990). *Dolmabahçe Palace*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1990). *Story of the Grand Bazaar*. İstanbul: İstanbul Kitaplığı.
- Gülersoy, Ç. (1990). *Mavi Cami*. İstanbul: Ana Basım.
- Gülersoy, Ç. (1990). *Nasıl Bir İstanbul*. İstanbul: Şenar Ofset.
- Gülersoy, Ç. (1990). *Beyoğlu'nda Gezerken*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1991). *The Caique*. İstanbul: Temel Matbaacılık.
- Gülersoy, Ç. (1991). *Taksim: The Story of a Square*. İstanbul: Apa Ofset.
- Gülersoy, Ç. (1992). *Çerağan Sarayları*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1992). *The Çerağan Palaces*. İstanbul: Temel Matbaacılık.
- Gülersoy, Ç. (1993). *The Khedives and the Çubuklu Summer Palace*. İstanbul: Erler Matbaacılık.
- Gülersoy, Ç. (1993). *Kız Kulesinin Kitabı. (Ülkü Altınoluk İle Birlikte)*. İstanbul: Promat.
- Gülersoy, Ç. (1993). *Tepebaşı: Bir Meydan Savaşı*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1993). *Türkiye'ye Bir Işıktı: Turing 1977-1993*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1994). *Beşiktaş: Daha Dün*. İstanbul: Promat.
- Gülersoy, Ç. (1995). *İstanbul Maceramız*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1995). *Büyük Çamlıca Tepesi, 1980-1995*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1995). *Esentepe'ye Veda*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1996). *İstanbul Maceramız II*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1997). *Büyükada Dün / Yesterday*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1998). *Fenerbahçesi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1999). *Yeşil Ev: A Home*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1999). *Yeşil Ev: Bir Yuva*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1999). *Safranbolu*. İstanbul: Promat A.Ş.
- Gülersoy, Ç. (1999). *Cumhuriyetin Devraldığı İstanbul'dan Bugüne=İstanbul, from The Birth of The Republic to The Present Day*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (1999). *Beyoğlu'nun Yitip Gitmiş 3 Oteli*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (2000). *Hükümet Kapısı Bab-I Ali: Kuruluşundan Cumhuriyet'e Kadar*. (M. Nermin Haskan İle Birlikte). İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (2001). *Çelik Gülersoy Albümü 1930-2001*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (2001). *Büyükada Yetimhanesi*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (2001). *Çankaya 57*. İstanbul.
- Gülersoy, Ç. (2002). *Atatürk Atatürk*. İstanbul: Seçil Ofset.
- Gülersoy, Ç. (2003). *Pierre Loti ve Dersaadet*. İstanbul.

#### Yayın Tarihi Olmayanlar

- Gülersoy, Ç. *Soğukçeşme Sokağı*. İstanbul: TTOK.
- Gülersoy, Ç. *Ayrılış*. İstanbul: Çelik Gülersoy Vakfı.
- Gülersoy, Ç. *Hüzün Yağmuru*. İstanbul: Çelik Gülersoy Vakfı.
- Gülersoy, Ç. *Atatürk Albümü*. İstanbul: TTOK.
- Gülersoy, Ç. A. *Şinasi Hisar*. İstanbul: Çelik Gülersoy Vakfı.

Nezih BAŞGELEN, *Arkeolog-Editör, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, Hayriye cad. Cezayir Sok., Mateo Mratoviç Apt., No:5/2, 34425, Beyoğlu, İstanbul.*  
E-posta: nezihbasgelen@gmail.com

## Türkiye'de Turist Rehberliğinin Öncüsü: Cevat Şakir Kabaağaçlı (Halikarnas Balıkçısı)

Duygu YETGİN - Aysel YILMAZ - Nazmi KOZAK

Anadolu Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

Anadolu topraklarının geçmişi tarih öncesi çağlara kadar dayanır. Birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Anadolu'nun üzerinde görülmeye değer birçok antik kent yer alır. Efes, Bergama, Milet, Priene, Sard ve Halikarnas antik kentleri bunlardan sadece bazılarıdır. Böyle zengin kültür varlıklarına sahip olmasına karşın 20. yüzyılın başlarına kadar Türkiye'de turizm olgusu olduğu söylenemez. Osmanlı Devleti döneminde çeşitli amaçlarla Anadolu'ya gelen seyyahlar, seyahatnamelerinde kültür varlıklarından bahsetmiş ol-

sa da bunlar gerçek bir turizm hareketi olarak kabul edilmez.

Bu çalışmada, turizmin başlangıcına denk gelen tarihlerde ülkeye gelen siyasetçiler, yazarlar, sanatçılar, gazeteciler ve bilim adamlarına bizzat turist rehberliği hizmeti veren ve onları bilgilendiren Cevat Şakir Kabaağaçlı'yı (Halikarnas Balıkçısı) turist rehberliği yönüyle ele almaya çalıştık. Bu çalışmada edebiyatçı, yazar ve gezgin yönleriyle de bilinen Halikarnas Balıkçısı'nın Anadolu'nun tanıtılmasına ve bu bağlamda tu-

rist rehberliği mesleğine olan katkılarını ortaya koymayı amaçladık. Yazıyı hazırlarken, onun hakkında bizi heyecanlandıran, çok değerli bilgiler edindik. Manevi oğlu Prof. Dr. Şadan Gökovalı'nın anlatımları ile daha da heyecanlandık ve ona bir kez daha hayran olduk. Onunla ilgili sayfalarca yazı kaleme alınabilirdi. Bu nedenle çalışmayı, Halikarnas Balıkçısı'nın yaşam öyküsü, savunduğu Mavi Anadoluculuk felsefesi, turist rehberliği mesleğindeki öncü rolü, anlatım tarzındaki farklılıklar ve özgün yönleri ile sınırlandırdık.

### KISA YAŞAM ÖYKÜSÜ

Cevat Şakir Kabaağaçlı olarak bilinen Halikarnas Balıkçısı, Girit'te doğar (1890). Annesi İsmet Hanım, doğumdan bir gece önce Musa Peygamberi rüyasında görür. Sadrazam olan amcasının adı Cevat (Cevat) ve paşa olan babası Şakir'in adlarının önüne Musa adı da eklenir ve böylece adı Musa Cevat Şakir olur. Doğduğu zamanı kendisi şu şekilde dile getirir:

Anam İsmet Hanım, 1890 yılı ilkbaharında doğduğumu söylerdi hep. Ben de ortalama hesap, '19. yy'ın sonlarında doğdum' deyiveririm. 'Sarı kızım İsmet', kimlik notlarında ya da anamın Kuran-ı Kerim içine koyduğu notu bulmuş. Orada, '1307 yılının 17 Nisan'ında<sup>1</sup> doğduğum' yazılı. '1307', çağdaş takvimde 1890'a denk geliyor. 1890 yılının 16 Nisan Perşembe'yi, 17 Nisan Cuma'ya bağlayan gecenin sabahında, Girit ayaklanmasını bastırma göreviyle Girit'te görevlendirilen Şakir Paşa ile İsmet Hanım'ın oğlu olarak doğmuşum (Gökovalı 2014: 5).

Üç buçuk yaşındayken babası büyükelçi olarak Atina'ya atanır ve ailecek Falerum Körfezi kıyısında yer alan Faliro'ya (Faleron), denize ilk sevdalandığı yere taşınırlar. Daha sonra Büyükkada'ya dönerler ve çocukluğu dönümlerce bahçesi olan beyaz bir evde geçer. Burada mahalle mektebinde okula başlar. Bu sırada İngilizce özel dersler alır, daha sonra Robert Kolej'i bitirir (1907). Kolejde okurken kütüphaneden çıkmaz, oradaki tüm kitapları okur.

En başarılı olduğu dersler; Fizyoloji, Biyoloji, Botanik, Resim ve Müzik dersleridir. Üniversite

öğrenimini her ne kadar Portsmouth'taki Bahriye Mektebi'nde denizcilik üzerine yapmak istese de ailesinin baskıları galip gelir ve İngiltere'deki Oxford Üniversitesi'ne Yeni Çağ Tarihi Bölümü'ne gider (1907-1908). Burada öğrenim görmesi, onun tüm Avrupa'yı gezmesine, oradaki sanat ve kültürü tanmasına olanak sağlar. Halikarnas Balıkçısı'nın edebiyat ve resim aşkı onu daha öğrencilik yıllarında gazetecilikle tanıştırır. Sonraki yaşamında sürekli çeviriler yapar, karikatürler, çizgi romanlar ve kapak resimleri çizerek öyküler yazar. Roma'da Güzel Sanatlar Akademisi'ne kaydolur. Bu sırada tanıştığı ve 1913 yılında evlendiği İtalyan model Aniesi ile bir süre İtalya'da kalır, İtalyanca ve Latince öğrenir.

"Fatal gece" olarak nitelendirdiği 1914 yılının Haziran ayında Afyon'daki çiftlik evlerinde babası ile tartışır ve onu kaza kurşunu ile öldürür. On dört yıl hapis cezası alır, ancak daha erken tahliye olur. Hapisten çıktıktan sonra İstanbul harap ve işgal altındadır. Halikarnas Balıkçısı, uzun zaman kendini boşlukta hisseder ve arayışa girer. Bu arayışı bazen camilerde, bazen dergâhlarda sürdürür; Medresetü'l-Hattatin'e<sup>2</sup> gidip altın ezmesini, tezhip yapmasını öğrenir. Bu eğitimi onun kapak çizimleri yapmasına vesile olur. Sabıkalı olmasına karşın o zamanın Bab-ı Ali'sine iş başvurusu yapar ve "Başından felâket geçmiş işe yarar bir adam" olarak düşünülür ve düşük bir ücretle işe kabul edilir.

Halikarnas Balıkçısı, gazete ve dergilerde farklı isimler altında yazılar yazar. Resimli Hafta Dergisi'nde Hüseyin Kenan takma adıyla 13 Nisan 1925 tarihinde yazdığı "Hapishanede İdama Mahkûm Olanlar Bile Bile Asılmaya Nasıl Giderler?" başlıklı makalesi yüzünden yargılanır ve kalebentlik cezasını çekmek üzere Bodrum'a sürgüne gönderilir. Üç yıllık sürgün hayatının yarısını Bodrum'da geçirir ve kalanını tamamlamak üzere İstanbul'a gider. Ancak İstanbul'da cezasının affedildiğini öğrenir. Bunun üzerine çok sevdiği Bodrum'a geri dönüp 1946 yılına kadar orada kalır (Kabaağaçlı Noonan 2010: 60). Bodrum'un antik dönemdeki adı olan Halikarnas'ı ve de-

<sup>1</sup> Hicri takvime göre 11 Aralık 1889 tarihine denk gelmektedir (Türk Tarih Kurumu, 2018).

<sup>2</sup> Hüsn-i hat ile İslam sanatının öğretim ve eğitimi için 1914 yılında kurulan bir kurumdur.

nizin insanlarını kendine ad olarak alır ve bundan sonra Halikarnas Balıkcısı olarak anılmaya başlar. 1946 yılında üç çocuğunun öğrenimi için Bodrum'dan İzmir'e taşınarak yaşamını yazarlık ve profesyonel turist rehberliği yaparak sürdürür, turist rehberliği kurslarında da dersler verir.

1950'li yılların sonunda İzmir'de *Wagon Lee, Van der Zee* (1959) gibi seyahat acentelerinin kuruluşu rehberli turların düzenlenmeye başlanması ve aynı dönemde tüccarların da İzmir'e gelen konuklarını gezdirmek istemeleri, turist rehberi ihtiyacını doğurur. Halikarnas Balıkcısı doğadan ve tarihten kopmadığı için kendi deyişleriyle "turist gezdiriciliğine" başlar ve "mitolojiye dalar" (Tanju 1978). Bu engin bilgisi ve donanımıyla İzmir'de turist rehberi olarak aranan bir isim olur. İstanbul için de durum böyledir. Halikarnas Balıkcısı'nın adı duyulur olunca konsolosluklar, odalar, ithalat ve ihracat işleriyle uğraşanlar, turist rehberi olarak ondan faydalanmaya başlar. Bu yüzden onun hakkındaki yazılarda "İlk Türk rehber" olarak bahsedilir. Halikarnas Balıkcısı ayrıca daha sonra açılmaya başlayan tercüman rehber kurslarında öğretmenlik ve rehberlik yapar. Bu kursları bitirip sertifika ve kokart alanların "benim hocam Halikarnas Balıkcısı" diyerek övünmeleri de onu ayrıca mutlu eder (Gökovalı 2014). Doktorların, ailesinin ve yakın arkadaşlarının uyarılarına aldırmaz etmeden, hastalığı ağırlaşana kadar turist rehberliği yapar.

Kızı Aliye, babasını uzun boylu, karakterli bir sese sahip, engin kültür birikimi olan, özgür ruhlu, çok dil bilen bir insan olarak tanımlar. İkinci eşi Hamdiye Öz ise Halikarnas Balıkcısı'ndan, neşeli, araştırmayı ve resim yapmayı seven, her türlü sıkıntıya göğüs germesini bilen ve bütün zorluklara karşı metanetli biri ve iyi bir yazar olarak bahseder. Diğer kızı İsmet Noonan, babasını tanımlarken, ailesini, denizi, sanatı, yaşamı, doğayı ve tüm canlıları çok seven insancıl ve sabırlı biri olduğundan söz eder (Önal 1997). Manevi oğlu Şadan Gökovalı, anlatılarında onun evde yüzükoyun yatar vaziyette bir kitabı yazarken yorulduğunda masa başına geçtiğini, orada başka bir dilde yazmaya devam ettiğini belirtir. Yakınlarının ve onu tanıma fırsatı bulmuş olan diğer kişilerin de belirttiği gibi, Halikarnas Balı-

cısı çok yönlü ve farklı bir kişiliğe sahiptir. Latince, İngilizce, Fransızca, İtalyanca, İspanyolca, Yunanca ve Farsça dillerine hakim olan Halikarnas Balıkcısı çalışırken dinlenen, dinlenirken çalışan biridir. Halikarnas Balıkcısı, edebiyatçı kişiliğinin yanı sıra iyi bir turist rehberi, ressam, tarihçi, çevirmen ve bitki bilimcisi olarak da bilinir. İzmir Radyosu'nda 1960lı yılların sonunda bir yıl boyunca 'Halikarnas Balıkcısı'ndan Merhaba" adlı programda Türkiye'nin kültür varlıklarını, tarihsel zenginlikleri ve doğal güzelliklerini anlatır. Bu programdaki konuşmalar derlenerek "İmbat Serinliği" adlı kitaba dönüştürülür. Kültür Bakanlığı, Halikarnas Balıkcısı'na Devlet Kültür Armağanı'nı verir (1971).

Bodrum'u dünyanın sayılı turizm merkezlerinden biri haline getiren Halikarnas Balıkcısı 13 Ekim 1973 tarihinde İzmir'de yaşamını yitirir ve kendi isteği üzerine en sevdiği yer olan Bodrum'da defnedilir. Halikarnas Balıkcısı, her ölüm yıldönümünde mezarı başında başta Bodrumlular olmak üzere tüm sevenleri tarafından anılır. Bodrumlular kütüphaneye ve caddeye onun ismini vererek ve Bodrum Kalesi'nin önüne büstünü koyarak ona vefa borcunu ödemeye çalışırlar. Bodrum'un girişinde ise gelen turistleri, onun çok sık kullandığı sözcük olan 'merhaba' ve Bodrum için yazdığı şiirin yer aldığı bir tabela karşılamaktadır:

### *Merhaba*

*Yokuş başına geldiğinde Bodrum'u göreceksin.*

*Sanma ki sen, geldiğin gibi gideceksin.*

*Senden öncekiler de böyleydiler*

*Akullarını hep Bodrum'da bırakıp gittiler.*

### **ANADOLU'NUN TANITILMASINDAKİ FELSEFESİ: MAVİ ANADOLUCULUK**

Halikarnas Balıkcısı, üniversite öğrenimi gördüğü Oxford'u sabit adres olarak kullanır, bu esnada Avrupa'yı gezer. Başta İtalya, İspanya ve Fransa olmak üzere Avrupa kentleri diğer adresleri olur. Burada geçirdiği yıllarda yaşadığı deneyimler, onu Anadolu'ya daha da sahip çıkmaya yönlendirir. Halikarnas Balıkcısı, ülkenin kültür

mirasının farkına varmasını Şadan Gökova'ya şu şekilde aktarır:

O anlı şanlı müzeler ne demeliydi? British Museum'u, Louvre'u, daha bilmem ne müzesini içim yanarak gezerdim. Bu ünlü müzelerde, kendi ülkelerine ait ne vardı? Biz, bize ait olan yapıtları geri alabilsek, dünyanın belli başlı müzeleri boş kalırdı. Akdeniz çevresindeki ülkelerdeki sönmüş kentlerin sayısı, Anadolu'dakilerin yanında solda sıfır kalırdı. Bu kentler bugün var olsalardı, şekerleme yapmak için yere uzansak, ayaklarımıza pasaport almamız gerekecekti... (Gökova 2014).

Anadolu kültürünün oluşmasında Klasik Ege uygarlığını mihenk taşı olarak gören (Yazıcı 1998) Halikarnas Balıkcısı, bir Anadolu uzmanı ve sevdalıdır. Ona göre her "ilk" Anadolu'dan çıkmış, orada yeşermiştir. Tarih, mizah, şiir ve hekimlik de Anadolu'dan çıkmıştır. Halikarnas Balıkcısı, Anadolu'nun bütün dağlarının, sularının birer canlı tarih, birer özlü mit niteliğinde olduğunu ve buna bağlı olarak da Anadolu'nun anlaşılabilmesi için bunların bilinmesi gerekliliğini savunur (Orman 2005). Halikarnas Balıkcısı'nı Anadolu uygarlıklarına yönlendiren şey, savunucusu olduğu "Mavi Anadoluçuluk" (Mavi Hümanizma) fikir hareketidir. Hümanizmin Anadolu kaynaklı olduğunu savunan, Anadolu uygarlıklarını kaynak olarak gören, Anadolu toprakları ve Helen dünyası arasında tarihi ve kültürel bir bağ olduğunu savunan "Mavi Anadoluçuluk" düşüncesi, Halikarnas Balıkcısı, Azra Erhat, Vedat Günyol, Sabahattin Eyüboğlu ve İsmet Zeki Eyüboğlu tarafından geliştirilir (Yetgin ve Yılmaz 2018).

Halikarnas Balıkcısı, Yunan uygarlığının, Anadolu uygarlığının öncüsü değil, izleyicisi olduğunu savunur. Anadolu'yu bilim ve sanatın başladığı yer olarak görür. Bilimsel düşüncenin ilk temsilcilerinden Tales'in Miletli olmasına, Anadolu'da uygulanan şölenler, dinsel törenler ve hayat tarzına işaret ederek bu tezini kanıtlamaya çalışır (Halikarnas Balıkcısı 1980). Gökova'lı, bu görüşleri şu cümlelerle destekler:

Daha önemlisi bilimce düşünme, dahası bilim, bu topraklarda doğmuştu. "Şair" dediğimiz Homeros'ta bile bilimsel düşünce, düşünürce davranış vardır. Bugün ayı komşu kapısı yaptıysak, insanlığa uzay kapısını araladıysak, bunu, Anadolulu doğa bilgilerine borçluyuz. Bu yüzden günümüz atomistleri, "Biz Demokritos'un çocuklarıyız" diyor. Bugün, sıradan takvimlerde bile, ayın ya da güneşin ne zaman

tutulup, tutulmanın ne kadar süreceği yazabiliyorsa, bu, yurttaşımız Miletoslu Thales'in sayesinde (Gökova 2014: 13).

Anadolu toprakları; Hitit, Lidya, Frigya, Karaya ve Yunan gibi pek çok uygarlığa ev sahipliği yapar. Anadolu topraklarının altından bu tabakalaşmış uygarlıkların kalıntıları çıkar. Bu uygarlıkları içinde barındıran Anadolu kültürü, insanlığın ortak kültür dünyasının hem çıkış noktası hem de geleceği olur. Halikarnas Balıkcısı, Anadolu'da pek çok uygarlığın yaşadığını ve pek çok bilginin ve kültürün temellerinin burada atıldığını, bir yazısında şöyle ifade eder:

Gılgamış Destanı, Hititlerin komşusu Hurriler tarafından Hurricceye çevrilmişti. Bu iş İ.Ö. 2000 yılından az önce oldu. Sonra Gılgamış Destanı Hititçeye çevrildi. Hititler de Anadolu'nun her yerine nüfuz etmişlerdi. İmkân var mıydı ki Anadolulu Homeros bu efsaneleri duymamış olsun? Zaten İlyada'da ve hele Odissea'da yazılmış olanlar, Homeros'un Gılgamış efsanelerini çok iyi bildiğini kanıtlar (Balıkcı 2001: 168).

Halikarnas Balıkcısı ve diğer Mavi Anadoluçuluk görüşünü savunan aydınlar Anadolu toprakları üzerinde yaşamış tüm uygarlıklara sahip çıkarak bu kalıntıların, kültürel mirasın halk tarafından bilinmemesinden ve tanıtılmamasından yakınır. Mavi Anadoluçuluk felsefesi, mavi yolculuğun da başlangıcını oluşturur. Halikarnas Balıkcısı'nun yedi aydın arkadaşı ile birlikte 1946 yılında çıktığı ilk mavi yolculuk ve ilk mavi yolcuların gelişimi, 2018 yılında Prof. Dr. Nazmi Kozak editörlüğünde yayımlanan "Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm" adlı kitapta yer alan Yetgin ve Yılmaz'ın yazdığı "İlk Mavi Yolculuklar" bölümünde ayrıntılı bir biçimde bahsedilmektedir. Sonuç olarak, Halikarnas Balıkcısı Anadolu topraklarının, Batı Kültürü'nün temelini oluşturduğu görüşündedir. Bu nedenle, Batı uygarlığının temellerinin Anadolu topraklarında başladığını herkesin kavraması için çaba gösterir (Erhat 1960).

#### TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNDEKİ ÖNCÜ ROLÜ

Halikarnas Balıkcısı'nın Anadolu toprakları üzerinde yaşayan uygarlıkları tanıma ve Anadolu insanı ile dünyaya tanıtma çabası, yazarlığının yanında onu turist rehberliği yapmaya da iter. Ha-

likarnas Balıkçısı; İngilizce, Fransızca, Almanca, Latince, İtalyanca, İspanyolca, Rumca gibi birçok dile hakimdir ve bu dillerde rahatça konuşur, yazar. Yeğeni Şirin Devrim, annesi Fahrünnisa Zeyd'in anı defterinde ağabeyi Cevat Şakir için yazdığı şu notu bulur: "Davudi sesiyle Oxford aksanlı harika bir İngilizce konuşuyor, ağzından çıkan berrak sözcükler adeta havada patlıyordu. Kendinden emin olduğu için başı dimdik yürüyordu, bu da onu olduğundan daha uzun gösteriyordu." (Devrim 1998: 38). Mukadder Sezgin de anılarında onun aksansız Fransızca konuştuğundan bahseder. Şadan Gökovalı, onun çeşitli dillerde hem yazabildiğini hem de konuşabildiğini söyler. Hatta Halikarnas Balıkçısı bu dilleri bilmekle kalmayıp, bir sanatçı edasıyla, coşkulu, içten ve gur sesiyle mitolojik hikâyeler anlatır ve canlandırır. Turist rehberliği mesleğini daha çok gelir sağlamak amacıyla değil, Anadolu'yu doğru tanıtmak, Anadolu'ya sahip çıkmak amacıyla yapar. Onun gönüllü olarak yaptığı bu meslek, şimdi iyi gelir getiren bir meslek halini alır (Erhat 1976). Ancak Halikarnas Balıkçısı, mesleğin yaşadığı bu değişimden yakınıyor ve öğretmenlik yaptığı kurslara katılan turist rehberi adaylarını şöyle şikâyet eder:

Onlara hayır diyemiyorum, çünkü parasız olduğu için hayır dediğimi sanacaklar. Oysaki bu adamların kültür temeli yok. Yok olanın üzerine ne yapı kurabilirim? Boşluk üzerine yapı kurulur mu? Herkes rehberlik ederse milyoner olacağına inanarak kursa katılıyor.

Halikarnas Balıkçısı, turist rehberliği eğitimlerine bizzat eğitmen olarak katıldığı gibi kitap da yayınlamaya bilgilerinin kalıcı olmasını ve daha fazla kişiye ulaşmasını sağlar. Halikarnas Balıkçısı'nın seçilmiş eserler bölümünde yer alan kitapları her ne kadar edebi olarak algılsa da bu eserler kültür, sanat, mitoloji, coğrafya ve tarih bilgileri içerdiği bakımından turist rehberleri için önemli birer kaynak niteliğindedir. Turist Rehberliği için yazdığı kitaplar ise şunlardır:

- *Ephesus*: Van der Zee seyahat acentası için Türkiye'de ilk yazılan ve yayımlanan turizm kılavuzu (Orman 2005).
- *Halicarnassus*: Bir turizm kılavuzu.

- *Asia Minor*: İzmir Tercüman Rehberler ve Turizm Derneği için yazılan ve basımı İzmir Ticaret Odası ve Ege Bölgesi Sanayi Odası tarafından gerçekleştirilen bir kitap. (Orman 2005; William 2013).

- *An Outline of History of Turkey*: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı İzmir Bölge Müdürü Hüseyin Avni Sezer'in Türkiye tarihi hakkında İngilizce kitap talebi üzerine yazılan bir kitap (Orman 2005).

Halikarnas Balıkçısı, bir turist rehberi olarak kişiliğini yaşayan, olduğu gibi görünen, görüldüğü gibi davranan bir düşünürdür. Çağında çığır açmış bir önderdir. Bazen antik çağı yaşayan, bazen de yapmacık bulduğu modern çağa meydan okuyan, Doğu ile Batıyı karşılaştıran, ancak Doğu'ya, başka bir deyişle Anadolu'ya ağırlık veren Anadolu için çok önemli bir kaynaktır. Halikarnas Balıkçısı, turizm kavramının sadece kâr amaçlı bir sektör olmadığı, bir kültür alışverişi olduğu görüşündedir. Gezip görmenin, görerek öğrenmenin ve ibret almanın bilincinde olan bir insandır. 1960'lı yıllardan itibaren Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artışa paralel olarak turist rehberi gereksinimlerinde de artış ortaya çıkar ve böylece de turist rehberliği mesleği önemli hale gelmeye başlar. Halikarnas Balıkçısı'nın verdiği eğitimlerde sıkça bahsettiği "Değiştirilebilir Rehberlik İlkeleri" Şadan Gökovalı'nın kitabında da ayrıntılı bir biçimde yer alır (Gökovalı 2014). O dönem yetiştirdiği ve daha sonra yetişen Türk turist rehberleri, Halikarnas Balıkçısı'nın öğretilerini benimseyerek onu duayenleri olarak kabul ederler (Ahipaşaoğlu 2006). Halikarnas Balıkçısı, Türkiye'nin T.C. uyruklu ilk turist rehberlerinden biridir (Orman 2005; Williams 2013).

Türkiye'nin tanınmış turist rehberlerinden Şerif Yenen bugünün rehberlerinin Halikarnas Balıkçısı'nı örnek alması gerektiğini şu sözlerle belirtir:

Türkiye'de turist rehberliği denince aklıma ilk gelen isim tabii Cevat Şakir Kabaağaçlı, yani Halikarnas Balıkçısı'dır. Onun rehberliğe verdiği katkı, asla yadsınmaz. Yayınlarıyla, çizdiği çizgiyle, bilgi dağarcığıyla, anlatım yeteneğiyle tüm rehberler için örnek olması gereken bir kişiliktir.

Öyle ki Türkiye Turist Rehberleri Birliği'nin web sitesinde Halikarnas Balıkçısı'ndan "Günümüz rehberlerinin rol modeli Halikarnas Balıkçısı olarak bilinen Cevat Şakir Kabaağaçlı, Anadolu'luk bilincini uyandırması ve sevdirmesi sebebiyle rehberlik mesleğinin modern anlamdaki öncüsü, "Pir-i Rehberan" olarak kabul edilir." şeklinde söz edilir (TU-REB 2015).

Uzun yıllar Turizm Bakanlığı'nda görev yapmış olan Mukadder Sezgin, Belçika Turizm Genel Komiseri Arthur Olo ile görüşür. Olo, tam bir Cevat Şakir hayranıdır ve ondan 'yaşayan Homeros' diye bahseder ve ekler "dünyada Halikarnas Balıkçısı'nın eşi benzeri yoktur o bir alim, bir bilge, bir filozof, bir edebiyatçı ve bir şairdir" der. Sezgin, 1953 yılında Kuşadası'nda Halikarnas Balıkçısı ile karşılaşmalarında, Halikarnas Balıkçısı'ndan nasıl etkilendiğini ve onunla beraber Antik Çağa ve Anadolu kültürüne yöneldiğini şöyle dile getirir:

20 yaşındayım aşağı yukarı. Balıkçıyı ve Fransız turistleri orada görünce gittim, usulca yanlarındaki bir masaya oturdum. Kitabımı okuyormuş gibi yaptım, hâlbuki hiç bir şey okumuyordum, kulağım ondaydı. İki Fransız hanıma Ege uygarlıklarını anlatıyor, neler anlatıyor, hayranım, çok da güzel Fransızca konuşuyor. Aksansız bir Fransızcası vardı. Bir ara kadınlara bahsetti, Artemis, İyonya Uygarlığı, her şeyin merkezi burası. Eski Yunan ancak Anadolu'ya göç edenler oraya yerleşenler sayesinde fikir, düşünce ve sanat ürünü verebildi. Yoksa Anadolu'yla temastan önce kısır, bir şey çıkaramazdı. Gerçekten de anlatıyor, işte 'Pisagor Sisamlıydı' diyor, Anadolu'ya bağlı o zaman Sisam. 'Thales Miletliydi'... Öylece onları dinledim. Cevat Şakir'in turistlere anlattıklarından çok etkilendim ve antik çağa, Anadolu kültürüne merakım başladı.

Halikarnas Balıkçısı, Anadolu'yu ve Ege'yi bütünüyle ele almaya, binlerce yıllık geçmişiyle kavrayıp anlamaya ve gezdirdiği insanlara anlatmaya çalışır. Yabancı çevrelerle karşılaşan ve aydın zekâsıyla onları aydınlatmaya çalışan Halikarnas Balıkçısı, İzmir yöresinde turist rehberliği mesleğinin yerleşmesi için çabalar, mesleğin yanlış yönde ilerlemesine izin vermez, bilimin bozuk düzenini düzeltmeye koyulur. Bildikleri, gördükleri, okudukları arasında tek başına köprüler kurmaya çabalar, böylece ilkçağ bilimine yeni bir anlayış getirmeye ve haksızlığı düzeltmeye çalışır. Halikarnas Balıkçısı evrensel bilgiye

ve düşünce yapısına sahiptir, onun her konuya ilgisi ve merakı vardır. Egetur'un yöneticisi tercüman rehber Ergun Göksan "Bir gün dünya pamuk otoritelerini İzmir'den Pamukkale'ye götürdük. Rehber Balıkçıydı. Dört saat gidiş, dört saat geliş süresince dünya pamuk uzmanlarına pamuğu anlattı. Tura katılanların her biri Balıkçı'nın pamuk konusunda anlattıklarını ilk kez duyup öğrendiklerini söylediler." diyerek Halikarnas Balıkçısı'nın sadece pamuk uzmanlarını değil, tütün ve tekstil uzmanları gibi konunun otoritelerini de gezdirirken eğitliğini belirtir (Gökovalı, 1985). Bilimi karşısına alıp onunla daha iyiye ve doğruya ulaşmak için savaşılabilen bir insandır. Halikarnas Balıkçısı'na göre "Yunan Mucizesi" yüzyıllardan bu yana Batı biliminin sandığı ya da savunduğu gibi, Yunanistan'ın kendi deyişiyle Helenistan'dan doğmuş değildir. Ona göre Yunan mucizesi diye bir şey yoktur, Ege mucizesi vardır. Başka bir deyişle, felsefenin Anadolu'da doğduğuna ve geliştiğine inanmaktadır. Bu fikri yaymak için hem edebiyatçı kimliğini hem de turist rehberi kimliğini kullanır, bir nevi Anadolu'nun gönüllü tanıtım elçisi olur.

Bildiklerini ve inandıklarını aktarmak, onun yapması gereken bir görevi haline gelir. Balıkçı'nın Anadolu'nun kültürel ve tarihi değerlerini keşfederek tanıtmaya başlaması, daha doğrusu yanlış bilindiğine inandığı şeyler hakkında gerçekleri ortaya çıkararak bunun savunucusu olması, onun Akdeniz uygarlığının Anadolu'dan kaynak bulduğu inancından ileri gelir. Bodrum'u, Knidos'u, Gökova'yı ve Ege kıyılarının diğer antik kentlerini o keşfederek tanınmasını sağlar, bu bölgeleri bilime ve turizme açar (Erhat 1980). Turist rehberliği mesleği, onun bu görevi yerine getirmesindeki araçlardan biri olur.

#### TURİST REHBERLİĞİ YAPARKEN KULLANDIĞI ANLATIM TARZI

Halikarnas Balıkçısı mesleğine âşık ve bu mesleği gönülden yapan, duygularını olduğu gibi aktaran, çok yönlü bir kişidir. Anadolu'ya gelen turistleri gezdirmek, onları bilgilendirmek onu mutlu eder. Onun için gezdirdiği gurubun kimlerden oluştuğu, kaç kişilik bir grup olduğu veya

grubun demografik özellikleri önemli değildir. Her defasında aynı heyecanla, aynı coşkuyla tüm bildiklerini ve inandıklarını aktarır. Halikarnas Balıkçısı, estetiğin en incisini, güzelin en güzelini doğanın sırrını keşfeder. Rehberlik ettiği kişileri kendisine hayran bırakacak derecede etkiler, gelen turistler her defasında onunla fotoğraf çektirerek yaşadıkları anı ölümsüzleştirmek ister. Rehberlik yaptığı önemli kişilerin hemen hepsi onunla kesintisiz bir biçimde dostluklarını sürdürür. Turist rehberliği aslında onun için keyifli olduğu kadar yorucu bir meslektir (Erhat 1976; Önal 1997). Turlarında yorulduğunda ya da rahatsızlandığında bile gezdirdiği guruptan turistler koluna girmek suretiyle ona eşlik ederken onun anlatılarını zevkle dinler. Bir keresinde Efes'te Fransız bir gruba her zamanki coşkuyla rehberlik yaparken Efesli şairlerden şiirler okur ve aryalılar söylerken kötüleştiğini fark ettiği halde turu yarıda bırakmak istemez ve baygınlık geçirir (Erhat 1976; Gökövalı 2014). Mesleğine, daha doğrusu Anadolu'yu anlatmaya ve Anadolu ile ilgili bildiklerini aktarmaya sağlığını tehlikeye atacak derecede bağlıdır.

Halikarnas Balıkçısı'nın gerek yazılarında gerekse uygulamada gerçekleştirdiği rehberliği, onu herkesten farklı ve özel kılar. En sık kullandığı sözcük "merhaba"dır. Türkçede sadece ilk karşılaşıldığında kullanılan bir selamlaşma sözü olan "merhaba"yı hem söze başlarken ve hem de bitirirken kullanır. Erol Uysal, bunu şöyle ifade eder:

Balıkçı, rehberlikten öte canlı kütüphaneydi. Derin tarihi, arkeolojik, mitolojik ve folklorik bilgiye ve anılara sahipti. Anadolu Uygurluğu, kültürü onun uzmanlık alanı, hobisi ve yazdığı eserlerinde işlediği ana tema idi. Kısa bir tur birlikteliğimizde İzmir'den Kuşadası'na kadar tüm Ege ve Akdeniz'i, eski uygarlıkları, Mavi Turları ve bu yöreye has öykü ve anekdotları, Bodrum'u (Halikarnas) konuşmuştuk. Özetle belirtmem gerekirse derin tarih, kültür ve mitolojik konularda yaptığı konuşmalar gür sesiyle dinleyeni cezbeden, "keşke daha da konuşsa..." dedirten türdendi. Rehberler için 'merhaba'sıyla ünlü çok değerli bir büyüğümüzüzdü. (Uysal 2015).

Halikarnas Balıkçısı, "Konuşan Anadolu" şeklinde de anılır. Onun için bu sıfatın kullanılmasındaki gerekçe, Halikarnas Balıkçısı'nın coşkulu anlatımıdır. Teatral anlatım tarzı ile onu dinle-

yenleri, anlatılan çağın içerisine alır, bu duyguyu deneyimlemelerini sağlar. Efes, Bergama, Milet, Priene ve Didim'in anıtları karşısında dimdik duruşuyla, gür sesiyle dağa taş karşı haykırarak rehberlik yapar. Büyük bir tiyatrodan orkestreye geçip anlatmaya başladığında, karşısında üç beş kişi de olsa tiyatroyu dolu görerek binlerce kişiye seslenircesine coşkuyla konuşur. "Efes'in Artemis'i uludur" deyip kollarını kaldırdığında iki bin yıl öncesini anımsatır (Orman 2005). Rehberlik yaparken anlattığı kişinin kılığına bürünerek onu ve o dönemi yaşatır. Onu dinleyenlerde eski çağlardan birini, bir düşünürü gördüğü izlenimi verir. Bazen Efesli Heraklit, bazen Sokrates, Homeros, Oedipus, Poseidon olur ya da eline bir tuğla parçası alarak fesli Apelles gibi yerlere resim çizerek anlatır. Nerede narteks varsa orada bir antik kent vardır" der. "Öyle ya, antik Çağda ne kibrit vardı ne de çakmak. Ama her kentin hestiası, yani kutsal ateşi vardı. Antik Çağda yaşayanlar sabah tarlasına giderken narteks bastonuna dayanarak gider, akşam evine sopasının ucunu bu kutsal ateşten yakarak dönerdi." diyerek elinde tuttuğu narteks bastonunu yere vurur (Gökövalı 1985). Bunları yaparken Halikarnas Balıkçısı, kendi kimliğinden çıkar, anlattığı kişinin kimliğine bürünür. Onun bulunduğu mekânları ışığa, bilgiye ve neşeye boğan kişiliği tüm dinleyenlerini etkisi altında bırakır (Baran 1998; Kulin 2014).

Kendine özgü tarzıyla anlattığında suları, dağları, tepeleri, denizlerin dibinden çıkan eski uygarlık ürünlerini konuşturur, onlarla bugüne değin bilinmeyen gerçekleri ortaya koyan, sorunları çözümleyen bir dil kullanır. Anadolu toprağına duyduğu derin ve güçlü sevgisi, saygısı onu bir yandan felsefeye, bir yandan da tarih ve arkeolojiye yöneltir (Eyüpoğlu 1973). Halikarnas Balıkçısı, 1961 yılında Kuşadası'nda turist rehberliği yaparken tanıdığı Mustafa Yeşilova'nın anılarında şöyle yer alır:

O günler ünlü yabancıların gezilerinde rehberlik yapıyordu. Sanat ve sanatkâra olan saygıyla ona yaklaşmış, o da beni benimsemişti. Kuşadası'nda yaptığı turlarda çevresini saranlar onun konuşmalarını sessiz dinlerlerdi. Ona bir soru sormuştum ve herkes bana bakmıştı. O ana kadar çevresindekiler tek bir soru sormamışlardı. Uygunsuz bir şey yaptığımı sandım, ama o hiç vakit kaybetmeden içten bir şekilde sorumu yanıtlamıştı" (Yeşilova 1980: 719-720).

Öğrendiklerini herkese aktarma gereğini Halikarnas Balıkçısı'ndan öğrendiğini söyleyen Yaver Zeytinoğlu ise onunla ilgili anılarını şu şekilde dile getirir:

1965 senesinde İzmir'e geldik. İzmir'de turizmci Ergun Göksan'ı bulduk. Kendi seyahat acentesi var, Ege Tur. Bize, 'turist rehberi olarak Cevat Şakir Kabaağaçlı'yı yanınıza alıp Efes harabelerini gezer-seniz, turizm sektöründen tat alırsınız, gezdiğiniz yerleri ve sektörü hiçbir zaman unutmazsınız' diye-rek Cevat Şakir ile beraber çok güzel bir Efes, Selçuk harabelerini gezmemizi sağlamıştı.

Yeni kuşakların çoğu ona yeni Herodot olarak bakar. Onun coşkusuna kapılır, heyecanlarına ayak uydurmaya çalışır (Yeşilova 1993). Evrensel değerlerin oluşmasında, sanata ve sanatçıya yüklenen rollerde Apollon ölçüyü, sınırlamaları, normları belirlerken Dionysos, hazzı ve coşkuyu temsil eder (Düz 2011). Halikarnas Balıkçısı kendisinin ölçülü, akademik bir şekilde anlatım olan Apollonik tarz yerine Diyonistik yani lirik, coşkulu şekilde anlatımı benimsediğini belirtir (Gökovalı 2014).

#### TURİST REHBERLİĞİ HİZMETİ VERDİĞİ KİŞİLER

Pek çok ünlü siyasetçi, devlet adamı, gazeteci, dergi editörü, bilim insanı ve sanatçı kendilerine Halikarnas Balıkçısı'nın rehberlik etmesini ister, Halikarnas Balıkçısı da onlara rehberlik eder. Rehberlik yaptığı yıllarda kendisini "*Adım Cevat Şakir Kabaağaçlı, takma adım Halikarnas Balıkçısı*" diye tanıtır, "*Bana Cevat ya da Balıkçı diyebilirsiniz*" diyerek anlatımına devam eder.

Halikarnas Balıkçısı, ilk rehberliklerinden birini 1934 yılında gerçekleştirir. İran İmparatoru Şehinşah Pehlevi, İzmir'i ve çevresinde yer alan Efes ve Bergama antik kentlerini görmek üzere Türkiye'ye gelir. Dönemin Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk de onlara İzmir'e kadar eşlik eder. İzmir'e geldiklerinde onlara rehberlik yapma görevi Halikarnas Balıkçısı'na ve Dr. Ekrem Akurgal'a (daha sonra Ord. Prof.) verilir. İzmir'den limuzine benzeyen arabaya binen Halikarnas Balıkçısı ve Akurgal, bu önemli misafirlere İzmir ve çevresini gezdirir (Gökovalı 2014). Önemli devlet konuklarının ağırlandığında ülkenin ve tarihi zenginliklerinin tanıtılmasında akla ilk gelen isim Halikarnas Balıkçısı olur.

Bodrum'da Halikarnas Balıkçısı için şarkı söyleyen ünlü Türk ses sanatçısı Safiye Ayla, Türkiye'nin ilk bayan ortodontisti olan İzmir'deki yakın arkadaşını ziyarete geldiğinde Halikarnas Balıkçısı'nın rehberliğinde Efes, Bergama ve Priene'ye gider. Sanata ve sanatçıya çok değer veren Halikarnas Balıkçısı, üç kişilik bu küçük gruba da aynı coşku ile rehberlik yapar. Safiye Ayla, gezdikleri her tiyatro ve odeonda şarkılar söyler ve bu durum etraftaki diğer turistlerin de ilgisini çeker. Safiye Ayla, Halikarnas Balıkçısı için "*Cevat Bey benim tanıdığım en renkli ve en kültürlü adam*" der (Gökovalı 2014: 122-123). Görüldüğü gibi, sanatçıların da rehberlikte ilk tercihi Halikarnas Balıkçısı olur ve her turundan sonra övgüyle bahsedilecek derecede hizmet verir. Devlet adamları ve sanatçıların, toplumdaki etkisi düşünülecek olunursa, Halikarnas Balıkçısı'nın Anadolu'nun tanıtımına ve turizme yaptığı katkılar, yadsınamayacak derecede önemlidir.

Sadece üst düzey devlet misafirlerine hizmet sunan ve 1959 yılında İzmir'de kurulan Van Der Zee isimli seyahat acentesinin gizli tutulan bir misafiri için yine Halikarnas Balıkçısı'nın rehberlik yapması düşünülür. Halikarnas Balıkçısı bu kişiye rehberlik yaptığı sırada, kişinin bazı tavırlarından onun bir bilim insanı olduğunu anlar. Misafir özellikle Thales, Empedokles, Anaksimenes gibi doğa bilginlerini merakla dinler, bu konu hakkında Halikarnas Balıkçısı'na sorular yönelir. Tek kişiye VIP hizmet verdiği bu turunun sonunda o kişinin ünlü bilim insanı Wernher von Braun olduğunu öğrenir (Gökovalı 2014).

L'Astrado Dergisi yetkilisi Louis Boyle de özellikle Efes, Priene ve Milet'i Cevat Şakir'in gezdirmesini ister. Turdan ve Halikarnas Balıkçısı'nın rehberliğinden çok etkilenen Boyle, kendisinden "*Altıncı Kıta: Akdeniz*" başlığı altında bir yazı yazmasını rica eder. Halikarnas Balıkçısı, Fransızca yazdığı yazısında Akdeniz'in ebedi gençliğine de değinir. Bu yazıdan etkilenen editör, Halikarnas Balıkçısı'ndan bu yazıyı genişletmesini ister. Ancak bu yazının yayınlanması 1974 yılında, Halikarnas Balıkçısı'nın ölümünden sonra gerçekleşir. Gezdiği kişiler arasında yazar ve gazeteci olmasının sebebinin Halikarnas Balıkçısı, hem birden fazla dili akıcı bir şekilde konu-



şabilmesine hem de yazar ve gazeteci kimliğine bağlar. Halikarnas Balıkçısı'na rehberlik sonrası dergi editörleri tarafından ücretsiz dergi abonelikleri verilir (Gökovalı 2014). Halikarnas Balıkçısı, ömrünün son zamanlarında bile rehberliğe ve gönüllü tanıtım elçiliğine coşku ile devam eder.

Saylor ve Waterson (1965: 155), Efes ve Bergama'ya yaptıkları geziden bahsederken Halikarnas Balıkçısının kendilerine eşlik ettiğini belirterek hayranlığını şöyle dile getirirler:

Turist rehberimiz ünlü yazar Halikarnas Balıkçısı'ydı. Yaşamının büyük çoğunluğunu Anadolu tarihini araştırmakla geçirmiş ve tüm tarihi eserlerinin ayrıntılarını kendisine hayran bırakan bir şekilde bilen birisiydi. Bize rehberlik yaparken 'Ben neredeyse 70 yaşındayım, ama hala aşka ve hayata hazırım' demişti. Yunan tiyatrosu üzerinde Homeros'u, antik Yunan ve Anadolu kültürünü harika bir şekilde anlatmıştı.

QADRANT Dergisi de (1992) 36. cildinin bir tam sayfasını Halikarnas Balıkçısı'na ayırır ve onun turist rehberliğinden şu şekilde bahseder:

Türkiye'nin tarihi ve turizm çekiciliklerini geçmiş uygarlıkların ışığında filme çekmek için 1965 yılında Nisan-Temmuz arasında Türkiye'de bulunmuştum. Bizi Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın temsilcisi karşılamış ve bize bir program hazırlamıştı. 68 şehirden 22'sini gezdik ve film çektik. İlk geldiğimizde Bakanlık Temsilcisi bize eşlik edecek turist rehberimiz olan Halikarnas Balıkçısını tanıttı. Kocaman bir el hareketiyle herkesi Türkçe 'merhaba' diyerek karşıladı. Bergama, Sard ve Efes'i bize gezdirdi ve daha sonra bizimle arabayla Bodrum'a kadar geldi. Bodrum onun daha önce yaşadığı ve yaşamını adadığı antik adı Halicarnasos olan kasabaydı. Batı Anadolu hakkında tarihi bilgisi cevher niteliğindedeydi. Onunla zaman geçirdikçe aslında Osmanlı zamanında Şakir Paşa ailesinden geldiğini Robert Koleji ve Oxford Üniversitesi gibi okullarda iyi eğitim aldığını anladık.

Rehberlik ettiği kişiler arasında olan İmparatorçe Süreyya, "*Türkiye'yi Halikarnas Balıkçısının rehberliğinde gezdiğim için mutluyum*"; Belçika'nın Eski Turizm Bakanı Ullo, "*Halikarnas Balıkçısı, çağdaş Homeros'tur*"; Louis Boyle, "*Tanıdığım rehberlerin en bilgili ve en coşkulusu*"; Fransa'nın Eski Devlet Başkanı Georges Pompidou, "*Halikarnas Balıkçısı bana ne zaman rehberlik edebilecekse, Türkiye'ye o zaman gelmek isterim*" diyerek Halikarnas Balıkçısı'nın rehberliğini överler. Pompidou, Papa'nın ziyareti için Türkiye'ye gelen ORTF (Fransa Radyo-Televizyonu) ekibine "*Türkiye'de Balıkçı ile yaptığımız görüşme Papa'nın ziyaretin-*

*den daha önemlidir*" der (1967). Dünya Ozanlar Toplantısına Türkiye'yi temsilen Halikarnas Balıkçısı çağrılır (Yazıcı, 2002). Carrefour Dergisi "*Akdeniz'in ebedi gençliğini yazan, Akdeniz'in ebedi genci, Halikarnas Balıkçısı*"; Short Story International da "*Her yazardan yalnız bir kere hikâye yayımlama prensibimizi Halikarnas Balıkçısı için bozuyor ve bundan gurur duyuyoruz*" şeklindeki yazılarıyla Halikarnas Balıkçısı'ndan bahsederler (Gökovalı 2014). Bu çalışmada Halikarnas Balıkçısı yalnızca rehberlik yönüyle ele alınır. Edebiyatçı ve yazar yönleriyle ele alınmış olsaydı bu övgülerin daha fazla olacağı muhakkaktır.

## DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Girit'te doğan Halikarnas Balıkçısı'nın Atina'da ve Büyükada'da geçen çocukluk günlerinde filizlenen deniz ve sanat sevdası, eğitimini aldığı Yakın Çağ tarih bilgisi ve bilinci, Antik Çağ, mitoloji ve Mavi Anadolu'luluk felsefesi, onun yaşamını şekillendiren önemli unsurlardır. İngiltere'deki öğrenimi sırasında gezdiği Avrupa ülkeleri ve müzeler, hakim olduğu yabancı dillerdeki yapıtları okuması ve yorumlaması onu Anadolu'daki uygarlıkları araştırmaya ve anlamaya iten nedenlerdendir. Halikarnas Balıkçısı, Anadolu'nun, Önasya ve özellikle de Mezopotamya uygarlıklarına köprü görevi görerek Helen diye bilinen uygarlığın oluşumuna katkısını, dolayısıyla Akdeniz Uygarlığının temellerinin Anadolu'da atıldığı düşüncesini yapmış olduğu birçok çalışma ile destekler. Bu düşüncesi onun Mavi Anadolu'luluk denen bir düşünce akımına yöneltir. Bu düşünceye göre, Anadolu'da yaşamış olan tüm uygarlıkların bilinmesi, anlaşılması ve bunun herkese aktarılması gerekir. Bu noktada Halikarnas Balıkçısı, yazdığı yazılarla yetinmeyip bunların herkes tarafından görülmesini sağlamak üzere turist rehberliği yaparak ülkenin ilk T.C. uyruklu turist rehberlerinden biri olur. Bu tanıtımın, dolayısıyla da rehberlik mesleğinin devam ettirilmesi için 1962 yılında açılan turist rehberliği kurslarında öğretmenlik yapar, pek çok rehber yetiştirerek bu alana katkıda bulunur. İlerleyen yaşına kadar rehberlik yapacak kadar bu mesleği seven Halikarnas Balıkçısı, edebiyatçı kişiliğinin yanında iyi bir turist rehberi, ressam, tarihçi, çevirmen ve bitki bilimcisidir.

Halikarnas Balıkçısı, en çok akademisyen, yazı bilimci, tercüman ve yazar olan Azra Erhat'ın yazılarında yer alır. Rehberlerin piri olarak kabul gören Halikarnas Balıkçısı, mavi yolculuğu başlatan, gezi rotaları çizen, aydın misafirlerini gezdirerek ülke turizmi, tarihi, doğası ve kültürü hakkında geniş bilgiler vererek Anadolu'nun tanıtılmasına en fazla katkı sağlayan kişidir. Bodrum'un bugünkü turizm değerlerinin temelini atar ve bunun için yazıları ve anlatılarını kullanır. Türk turizmi için bir kültür öncüsü olan Halikarnas Balıkçısı, bütün Türkiye'nin derinliğine giden bir tarih bilinci uyandırır, tarihi sever ve benimsetir. Bodrum ve Ege Bölgesi'ni canlandırarak turizm bilincinin bütün yurda yayılmasına öncü olur. Geçmiş bilmenin ve benimsemenin önemini anlatır, bu şekilde bir davranış oluşturur. Onun ağzından Homeros gerçekten İzmirli olur ve benimsenir (Erhat 1980). Rehberlik yaptığı grupların övünç kaynağı olur. Halikarnas Balıkçısı, başka bir ifadeyle Anadolu'nun tanıtımında gösterdiği bu başarısı ile turist rehberliği mesleğinin önemini anlaşılmasını sağlar ve mesleğin gelişimine bir anlamda katkıda bulunur.

Halikarnas Balıkçısı'nın entelektüel kişiliği ve bilgi birikimi ile Türkiye'de rehberlik mesleğinin öncülerinden olduğu ve Anadolu'nun tarihi ve kültürel mirasının ortaya çıkarılmasında ve tanıtılmasında çok önemli roller üstlendiği görülür. Yetiştirdiği rehberler de onun öğretilerini benimseyerek kendilerinden sonra gelen ve gelecek olan rehberlere bu öğretileri aktarırlar. Bunun olumlu etkileri hem ülke turizmine hem de gelen turistlerin memnun ayrılmalarına katkıda bulunur. Halen turist rehberliği eğitiminde onun eserlerinde yer alan bilgi ve birikiminden yararlanılır. Hey Koca Yurt, Anadolu Tanrıları, *Altıncı Kıta Akdeniz* ve *Anadolu Efsaneleri* gibi kitapları turist rehberlerinin başucu kitapları olur.

### SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Halikarnas Balıkçısı (1980). *Merhaba Anadolu*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Halikarnas Balıkçısı (1990). *Anadolu Tanrıları*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Halikarnas Balıkçısı (1992). *Anadolu Efsaneleri*. Ankara Bilgi Yayınevi.

Halikarnas Balıkçısı (1995). *Altıncı Kıta Akdeniz*. Ankara: Bilgi yayınevi.

Halikarnas Balıkçısı (1993). *Aganta Burina Burinata*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Halikarnas Balıkçısı (2001). *Hey Koca Yurt*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Halikarnas Balıkçısı (2002). *Anadolu'nun Sesi*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

### KAYNAKÇA

- Ahipaşaoglu, S. (2006). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Devrim, Ş. (1998). *Şakir Paşa Ailesi*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Düz, N. (2011). Apollonik ve Dionysostik Öğeler Bağlamında Sanatta Değer Kavramı, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, 4 (8): 1-15.
- Erhat, A. (1960). *Mavi Anadolu*. İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Erhat, A. (1980). *Sevgi Yönetimi*. İstanbul: İnkılap ve Aka Kitabevi.
- Gökovalı, Ş. (1985). Gelmiş Geçmiş Rehberlerin En Bilgilisi En Coşkulu Halikarnas Balıkçısı, *TÜRSAB Dergisi*, 37: 12-14.
- Gökovalı, Ş. (2011). *Halikarnas Balıkçısı Arşipel*. (Üçüncü Baskı). İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Gökovalı, Ş. (2014). *Ben Halikarnas Balıkçısı Doğdum Sevdim Öldüm*. Ankara: TUREB Yayınları.
- Kabağağaçlı Noonan, İ. (2010). *Halikarnas Balıkçısının Kızından Anılar Akın Akın*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kulin, A. (2014). *Füreye*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Orman İ. H. (2005). *Merhaba Halikarnas Balıkçısı*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Önal, İ. H. (1983). *Halikarnas Balıkçısı Cevat Şakir Kabağağaçlı Hayatı-Kişiliği-Eserleri*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Saylor, H. H. ve Watterson J. (1965). *AIA Journal*. American Institute of Architects.
- Tanju, S. (1978). Miho Gibi Bir Adam Halikarnas Balıkçısı'nın Yaşam Öyküsü, *Hürriyet Ekstra Gazete*, 1 Ekim 1978.
- TUREB (2015). [www.tureb.gov.tr](http://www.tureb.gov.tr), Erişim tarihi: 17 Mayıs 2015.
- Türk Tarih Kurumu, Tarih Çevirme Kılavuzu (2018). <http://www.ttk.gov.tr/genel/tarih-cevirme-kilavuzu/>, Erişim tarihi: 29 Haziran 2018.
- Williams, R. (2013). *The Fisherman of Halicarnassus*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Yazıcı, N. (1998). Halikarnas Balıkçısı'nın Eserlerinde Tabiat (*Basılmamış Doktora Tezi*). Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

- Yazıcı, N. (2002). *Halikarnas Balıkçısı'nın Eserlerinde Tabiat*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Yeşilova, M. (1990). Halikarnas Balıkçısı, *Merhaba Gazetesi*, 12 Ekim 1990.
- Yetgin, D. ve Yılmaz, A. (2018). İlk Mavi Yolculuklar. İçinde N. Kozak, (Editör). *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm*. (ss. 829-845). İstanbul: Yıkılmazlar Basın Yayın.

#### KAYNAK KİŞİLER

- Sezgin, M. (2013). Mukadder Sezgin (Görüşen: Mehmet Özdemir). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri 9. Cilt*. (ss. 271-302). İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.
- Yenen, Ş. (2013). Şerif Yenen (Görüşen: Duygu Yetgin). İçinde N. Kozak (Editör). *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Görüşme Metinleri 7. Cilt*. (ss. 334-346) İstanbul: Yıkılmaz Basın Yayın.

- Uysal, E. (2015). Erol Uysal ile görüşme (Görüşen: Duygu Yetgin ve Aysel Yılmaz). 3 Şubat 2015.

*Duygu YETGİN, Öğr. Gör. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.*

*E-posta: dyetgin@anadolu.edu.tr*

*ORCID No: 0000-0002-9909-4523*

*Aysel YILMAZ, Öğr. Gör., Anadolu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.*

*E-posta: aysely@anadolu.edu.tr*

*ORCID No: 0000000212961074*

*Nazmi KOZAK, Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.*

*E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr*

*ORCID No: 0000-0002-0859-8874*



## TURİZM ARAŞTIRMA PROJELERİ

Editör: **Hatice GÜÇLÜ NERGİZ**  
E-posta: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 29, Sayı 1, Bahar: 139 - 140, 2018.  
Copyright © 2018 anatolia  
Bütün hakları saklıdır  
ISSN: 1300-4220 (1990-2018)  
doi: 3

## Denizli Turizm Rotaları

<i>Proje Yürütücüsü:</i>	Doç. Dr. Serkan BERTAN
<i>Proje Araştırmacıları:</i>	Dr. Öğr. Üyesi Serap ALKAYA Dr. Öğr. Üyesi Murat BAYRAM Dr. Öğr. Üyesi Onur GÖRKEM
<i>Destekleyen Kurum:</i>	Pamukkale Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
<i>Proje Koordinatörü:</i>	Doç. Dr. Serkan Bertan
<i>Proje Bütçesi:</i>	3.050 TL
<i>Başlama ve Bitiş:</i>	16.01.2017-16.01.2018

### PROJENİN AMACI

Bu projede, Denizli il sınırları içinde bulunan ve turizm hareketliliğine konu olan tüm değerler saptanarak kayıt altına alınmış ve farklı amaç ve süreler dikkate alınarak farklı rotalar dahilinde mobil uygulamaya dönüştürülmesi amaçlanmıştır.

### PROJE AYRINTILARI

Dünyadaki turizm anlayışı değişmeye başlamış, geçmiş kültürün izlerini yerinde görme, kültürel temaslar, yöresel yemekler ve mutfak kültürü daha fazla ilgi çeker olmuştur. Gelişen ve değişen bu turist tercihleri dikkate alındığında turizm merkezi olmaya aday yörelerin özelliklerinin incelenmesi, ortaya çıkarılması ve turistik birer ürün olarak geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bir yörenin, değişen ve gelişen turizm hareketlerinden hak ettiği payı alabilmesi için turizm potansiyelinin doğru tespit edilmesi gerekmektedir. Bu yüzden Denizli ilinin doğal ve kültürel değerlerin belirlenmesi ve bu envanterin internet ortamına aktarılması, turistik rotalarının belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu proje kapsamında Denizli il sınırları içinde bulunan ve turizm hareketliliğine konu olan tüm değerler saptanarak kayıt altına alınmış ve farklı amaç ve süreler dikkate alınarak farklı rotalar dahilinde

mobil uygulamaya dönüştürülmüştür. Bu proje üç boyutta ele alınmıştır. Birinci boyutta Denizli iline ilişkin basılı eserlerin taranmış, ikinci aşamada mevcut değerlerin yerinde tespitine ve değerlendirilmesine ilişkin alan araştırması yapılmıştır. Üçüncü boyutta ise elde edilen veriler ışığında ziyaret amacı, yeri ve süreleri dikkate alınarak rotalar oluşturulmuş ve mobil uygulamaya dönüştürülmüştür.

### PROJENİN SOSYAL YARARI

Bir yörenin ulusal ve uluslararası ölçekte turizm hareketliliğinden hak ettiği payı alabilmesi için sahip olduğu turizm potansiyelinin farkında olması ve turistik değerlerini etkili tanıtabilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, Pamukkale Üniversitesi'nce desteklenen bu projede Denizli ili doğal ve kültürel değerleri tespit edilerek, farklı seyahat nedenlerine yönelik rotalar oluşturulmuş ve bu rotalar mobil uygulamaya dönüştürülerek ziyaretçilerin kullanımına sunulmuştur. Ortaya çıkarılan ve belgelendirilen değerlerin, mobil uygulama ile herkes için her zaman, her yerden ulaşılabilir ve kolayca kullanılabilir olması sağlanmış olunacaktır. Diğer yandan zaman içerisinde kaybolma riski olan turistik değerlerin korunması ve yaşatılması için gerekli önlemler alınabileceği gibi Denizli'yi ziyaret eden-

lerin Denizli'nin saklı kalmış güzelliklerini keş-  
fetmelerine katkı verilecektir.

#### **PROJEDEN ELDE EDİLEN SONUÇLAR**

Proje sonucunda oluşturulan mobil uygulamada  
ana başlıkları; ziyaret amacı, süresi ve yeri oluş-  
turmuştur. Ziyaret amacına ilişkin alt başlıklar;  
alışveriş, dini yapılar, doğal güzellikler, el sanat-  
ları, etkinlikler, gastronomi, kayak, spor, tarihi

yapılar, yerler ve termal oluştururken, ziyaret  
süresine ilişkin alt başlıklar; 1, 2 ve 3 gün süreli  
rotalar olarak belirlenmiştir. Ziyaret yeri alt baş-  
lığında ise ilçeler (Acıpayam, Babadağ, Baklan,  
Bekilli, Beyağaç, Bozkurt, Buldan, Çal, Çameli,  
Çardak, Çivril, Güney, Honaz, Kale, Merkezefen-  
di, Pamukkale, Sarayköy, Serinhisar, Tavas) ele  
alınmıştır.



## ETKİNLİK NOTLARI

Editör: Çağdaş AYDIN  
E-posta: aydincagdass@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 29, Sayı 1, Bahar: 141 - 144, 2018.  
Copyright © 2018 anatolia  
Bütün hakları saklıdır  
ISSN: 1300-4220 (1990-2018)  
doi: 3

## Turizmde Türk-Yunan Sınır Ötesi İşbirliği

**Erdem AKTAŞ**

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi

15-22 Nisan Turizm Haftası etkinlikleri kapsamında düzenlenen “Turizmde Türk-Yunan Sınır Ötesi İşbirliği” konulu panel 18 Nisan 2018 Çarşamba günü Foça Belediyesi Reha Midilli Kültür Merkezi’nde gerçekleştirildi. Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi, Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK), Türkiye Otelciler Federasyonu, Foça Kaymakamlığı, Foça Belediyesi ve Reha Necla Midilli Vakfı iş birliği ile düzenlenen panel konuşmacıların yanı sıra, Foça Kent Konseyi Turizm Meclisi Başkanı Işıl Dirim Kavitaş, Foça Turizm Derneği Başkanı Umut Tutar, akademisyenler, turizmciler ve Foça halkı katıldı.

Türkiye ve Yunanistan Milli Marşları ile başlayan panel daha sonra Türk ve Yunan ezgilerinden oluşan bir mini konser ile devam etti. Verilen mini konserin ardından bir konuşma yapan Foça Belediye Başkanı Gökhan Demirağ, düzenlenen panelin iki taraf açısından çok önemli olduğunu ve iki taraf için de refleksleri harekete geçirdiğini söyledi. İki ülkenin birlikte, özgürce, barış içinde yaşamasının önemine vurgu yaptığı konuşmasında aynı coğrafyayı paylaşmanın önemi üzerinde durdu. Foça Belediye Başkanından sonra söz alan Sakız Belediye Başkan Yardımcısı Apostolos Tziotis konuşmasında Foça halkının, Foça Belediyesi’nin ve Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği’nin kendilerine gösterdikleri misafirperverlik için teşekkür ettikten sonra panelin iki ülke ilişkileri açısından büyük önem taşıdığını, bu coğrafyanın ve halkların refahı açısından iki ülkenin dost olması gerektiğini belirtti. Daha sonra kürsüye gelen Foça Kaymakamı Ali Çetin düzenlenen paneller birlikte iki ülke arasındaki ilişkilerin güçleneceğini ve Foça olarak bu

durumdan büyük bir mutluluk duyduklarını belirterek açılış konuşmalarını sonlandırmış oldu.

Açılış konuşmalarının ardından “Turizmde Türk-Yunan Sınır Ötesi İşbirliği” konulu panel Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Metin Kozak’ın moderatörlüğünde başladı. Sakız Belediyesi Başkan Yardımcısı Apostolos Tziotis, Sakız Ticaret Odası Başkan Yardımcısı George Georgoulis, Sakız Aile Konaklamaları Derneği Başkanı Dimitrios Kytrilakis, Mark Warner Yöneticisi Sue Thomas, ETİK Başkanı Mehmet İşler ile ETİK Danışma Kurulu Başkan Yardımcısı İlker Ünsever panelist olarak yer aldılar.

Panelde konuşmacılar iki ülke arasındaki komşuluk ve dostluk bağının gücünden bahsederek karşılıklı turist alışverişinin nasıl daha üst seviyelere çekilebileceği üzerine tartıştılar. Sınırların iki ülke arasındaki kültürel yapıyı ayırmadığını ve iki ülkeyi birbirine bağlayan önemli bir tarihin olduğunu vurgulayan konuşmacılar yapılacak işbirlikleri ile bu dostluğun bir üst seviyeye çıkarılması gerektiğini belirttiler. Yunanistan’a giden Türk turistlerin sayısındaki artışın nedenlerinin tartışıldığı panelde Yunanistan’dan Türkiye’ye gelen turist sayısının nasıl arttırılabileceğinin yanı sıra ortak turlar düzenlenerek bölgenin kaynaklarından daha etkili bir şekilde yararlanılabileceği tartışıldı.

*Erdem AKTAŞ, Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Foça, İzmir.  
E-posta: erdem.aktas@deu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-7439-8918*

## 9. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nin Ardından...

**Mehmet Tahir DURSUN - Serhat BİNGÖL**

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Özellikle turizmde lisansüstü eğitim alan öğrenciler için turizm alanında yapılan bilimsel kongre ve konferanslardan farklı bir yer tutan ve bu yıl dokuzuncusu düzenlenen Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi 05-08 Nisan 2018 tarihleri arasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde gerçekleştirildi. Doğu Akdeniz Üniversitesi ve Anatolia Turizm Akademisi'nin işbirliğinde düzenlenen kongre Gazimağusa'da Rauf Raif Denктаş Kültür ve Kongre Sarayı'nda yapıldı. Kongrenin başkanlığını Doğu Akdeniz Üniversitesi'nden Prof. Dr. Hasan Kılıç, Anadolu Üniversitesi'nden Prof. Dr. Nazmi Kozak ve Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Prof. Dr. Metin Kozak yaptı.

05 Nisan 2018 Perşembe günü başlayan kongrede ilk gün iki farklı konuda seminerler verildi. Doğu Akdeniz Üniversitesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Osman M. Karatepe "How to Avoid Common Method Bias" başlıklı seminerin ardından Dokuz Eylül Üniversitesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Metin Kozak "Yazım ve Yayım Konusunda 'Doğru' Bilinen Yanlıklar: Güncel Örnekler" başlıklı semineri verdi. Seminerlerin ardından açılış kokteyli yapıldı. Takip eden günde ise öncelikle, açılış konuşmaları gerçekleştirildi. Bu konuşmalar, KKTC Meclis Başkanı Teberrüken Uluçay, KKTC Turizm ve Çevre Bakanlığı Müsteşarı Doç. Dr. İsmet Esenyele, Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hasan Kılıç, Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi öğretim üyesi Prof. Dr. Metin Kozak, Doğu Akdeniz Üniversitesi Akademik İşlerden Sorumlu Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Hüseyin Özkaramanlı ile Gazimağusa Belediye Başkanı İsmail Arter yaptı. Yapılan konuşmalarda turizmcilerin çok önemli bir görevi yerine getirdiği ve insanları bir araya getirecek en önemli faaliyetin turizm olduğu vurgulandı. Ayrıca, KKTC turizminin mevcut durumu ile geleceğe yönelik hedefler hakkında bilgiler verildi. Konuşmaların

ardından Prof. Dr. Mehmet Altınay'a Turizm Eğitimine Hizmet Ödülü, Dr. Mehmet Kral'a KKTC Turizm Sektörüne Hizmet Ödülü takdim edilerek akademik oturumlara geçildi.

Kongrede İngilizce ve Türkçe dillerinde sunumları yapılan akademik çalışmalar dört farklı salonda eş zamanlı olarak gerçekleştirildi. Toplam yirmi oturumdan oluşan kongre, sekiz farklı kategoride yapıldı. Bu kategoriler, "Ph.D. Dissertations in Progress", "Research Papers", "Master's Thesis in Progress", "Serbest Bildiriler", "Tamamlanmış Doktora Tezleri", "Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezleri", "Hazırlanmakta olan Doktora Tezleri" ve "Hazırlanmakta olan Yüksek Lisans Tezleri" oldu. Kongrede bu kategorilerde toplamda 75 akademik çalışma yer aldı. En fazla katılım 28 bildiri ile araştırma bildirileri olurken, bu bildirilerin çoğunluğunun alan araştırmalarından olduğu gözlemlendi. Ayrıca, sunulan çalışmalara konuları açısından bakıldığında, turizmde pazarlama, yönetim, rekreasyon, işletme tarihi, özel ilgi turizmi ve alternatif turizm çeşitleri alanlarında yapıldığı göze çarpmaktadır. Bu anlamda Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, bilimsel içeriğiyle turizm alan yazınına ve sektördeki uygulamalara önerilerle önemli katkıda bulunduğu söylenebilir.

Bilimsel anlamda yaşanan yoğun iki günün ardından, katılımcılar için Gazimağusa gezisi yapıldı. Yavru vatan Kıbrıs'ın eşsiz güzellikteki turistik mekânları, rehber eşliğinde savaş öncesi ve sonrası yansımaları anlatıldı. Gezi kapsamında başta şehir turu olmak üzere, Lala Mustafa Paşa Camii, organik tarım alanları, kültürel ürünlerin sergilendiği mekânlar ve kent merkezine sekiz kilometre uzaklıkta yer alan Salamis Antik Kenti'ne ziyaretler gerçekleştirildi. Gününbirlik yapılan bu gezinin ardından katılımcılar, Gala yemeği ve Ödül törenine hazırlanmak için konakladıkları yerlere geri dönüş yaptılar.

Anatolia Turizm Akademisi tarafından düzenlenen geçmiş Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongreleri'nde olduğu gibi, dokuzuncu kongrede de her araştırma bölümü için en iyi çalışmalara ödüller verildi. Birincilerin belirlenmesi için her oturumda başkan eşliğinde turizm alanında uzman beş üyeden oluşan seçici kurullar, bilimsel değerlendirmeleri gerçekleştirmişlerdir. Yüksek lisans ve doktora tezi hazırlayan öğrencilerin çalışmalarından nitelikli bilimsel araştırmaları onurlandırmak ve teşvik etmek amacıyla seçici kurullar tarafından ödül sahipleri şu şekilde belirlenmiştir:

*Yüksek Lisans Tezi Teşvik Ödülü:* "Tüketicilerin Restoran Tercihinde Dikkate Aldığı Faktörlerin Değerlendirilmesi" Pembe GÜLER, Erciyes Üniversitesi.

*En İyi Yüksek Lisans Tezi Ödülü:* Destination Image of Famagusta Walled City: Travellers' and Local Stakeholders' Perspectives, Mehmet Bayril SAYDAM, Doğu Akdeniz Üniversitesi.

*En İyi Araştırma Bildirileri:* Karpiç(Şehir) Lokantası'nın Hizmet Kalitesinin DINESERV Modeliyle İncelenmesi, Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL -Yrd. Doç. Dr. Ebru ZENCİR, Anadolu Üniversitesi.

Vatan Şairinin Sürgün Yıllarının Sessiz Tanığı: Namık Kemal Zindanı ve Müzesi, Gizem DAĞ -Fadime BOZKURT -Saydinaz DEMİRTAŞ.

*En İyi Doktora Tezi Ödülü:* Marka Kişiliği, Benlik Uyum ve Fonksiyonel Uyumun Marka Sadakatine Etkileri: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, Serhat Adem SOP, Anadolu Üniversitesi.

*Doktora Tezi Teşvik Ödülü:* Turizm Deneyimlerinin Turist Bakışı Tipolojilerine Göre Fotoğraflara

Yansımalarının Analizi, Remziye EKİCİ, Akdeniz Üniversitesi.

*Ph.D. Dissertation Incentive Award:* The Impact of Festival Attributes and Emotional Experience on Destination Image and Behavioural Intention: A Serial Mediation Approach, Cathrine BANGA, Doğu Akdeniz Üniversitesi

Özetle, turizm alanında lisansüstü eğitim gören öğrencilerin akademik gelişimlerine katkıda bulunmak ve bilimsel çalışmalarını teşvik etmek, bu kongrenin temel amacını oluşturmuştur. Kongrede hem Türkiye'den hem de KKTC'den genç akademisyen ve öğrencilerin yanı sıra, çok sayıda değerli akademisyen ve sektör temsilcilerinin bir araya gelmesine fırsat sağlaması, kongrenin öne çıkan özelliğini yansıtmaktadır. Bu açıdan 9. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, akademik değerlerin paylaşıldığı ve farklı kuşaklar arasından etkileşimin sağlandığı bir atmosfere ev sahipliği yapmıştır. Özellikle lisansüstü eğitimden yüksek lisans ve doktora tez çalışmalarının öne çıkarıldığı bu kongre, turizm alanında yapılacak gelecek çalışmaları desteklemek ve niteliği arttırmak için çabalarının sürekliliğini kanıtlamıştır.

*Mehmet Tahir DURSUN, Araş. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, 11300, BİLECİK.*

*E-posta: tahir.dursun@bilecik.edu.tr*

*ORCID: 0000-0002-9390-3529*

*Serhat BİNGÖL, Araş. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, 11300, Bilecik.*

*ORCID: 0000-0001-9312-4552*



## 4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu

**Pınar IŞILDAR**

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi

İlki 1998 yılında gerçekleşen ve Türkiye’de akademik olarak düzenlenen ilk deniz turizmi etkinliği olma özelliği taşıyan Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, bu yıl “Küresel Eğilimler-Yerel Etkiler” teması ile 23-24 Şubat 2018 tarihlerinde ile Dokuz Eylül Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi’nde gerçekleşti. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi ve İşletme Fakültesi’nin birlikte düzenlediği 4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İMEAK Deniz Ticaret Odası, Muğla Büyükşehir Belediyesi, MSC-MEDLOG, EGEPORIS Kuşadası, Bodrum Cruise Port ve IC Çeşme Marina sponsorluğunda sektör temsilcilerinin konuşmacı olduğu bir panel oturumu ve bilim insanlarının bildirimlerini sunduğu toplam altı oturumundan oluştu.

Sempozyum açılışını Prof. Dr. Metin Kozak (Dokuz Eylül Üniversitesi), deniz turizminin dünü, bugünü ve geleceği ile ilgili konuşması ile yaptı. Kozak, ülkemiz turizm faaliyetleri açısından deniz turizminin hayati bir öneme sahip olduğunu ve gelişmesinde gerekli yatırımlar için kamu ve özel sektör iş birliğinin üzerinde durdu. Ardından sempozyum düzenleme kurulu başkanı Dr. Barış Kuleyin (Dokuz Eylül Üniversitesi) konuşmasında, ülkemiz için deniz turizminin önemini ilgili fakülteler olarak farkında olduklarını belirterek, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programlarının öneminden bahsetti. Açılış konuşmacıları arasında yer alan Kenan Yalavaç (İMEAK Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi) konuşmasında, deniz turizmi açısından koylarımızın korunmasının hayati bir öneme sahip olduğunu, amatör denizciliğe olan ilginin artırılması için ilgili bakanlıklarla çalışmalar yürüttüklerini belirtti. Sempozyumun son konuşmacısı M. Kaan Erge (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü) konuşmasında, kruvaziyer turizminden bahsetti. Ülkemizdeki deniz turizminin gelişimine büyük bir katkı sağlayan kruvaziyer turizminin 2014 yılında ülkede yaşanan bazı

olaylar ile birlikte büyük bir düşüşe geçtiğini, yeniden canlandırmasında ise ilgili tüm paydaşların üzerine büyük görevler düştüğünü belirterek açılış konuşmalarını sonlandırmış oldu.

Açılış konuşmalarının ardından kamu ve sektör temsilcilerinin yer aldığı panel Prof. Dr. D. Ali Deveci (Dokuz Eylül Üniversitesi) başkanlığında başladı. Can Akaltan (IC Çeşme Marina Genel Müdürü), Savaş Ercan (MSC Gemi Acenteleri Koordinatörü ve MEDLOG Genel Müdürü), Aziz Güngör (EGEPORIS Liman İşletmeleri Kuşadası ve Bodrum Limanları Genel Müdürü), Enver Cem Hodoğlugil (Muğla Büyükşehir Belediyesi Deniz Ulaşım ve Ruhsat Kısım Sorumlusu) ve Haslet Sever (Profesyonel Yatçılar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı) konuşmacı olarak panelde söz aldı. Panelde konuşmacılar ülkemizdeki amatör denizcilik ve tekne sahipliği, yatçılık, kruvaziyer turizmden bahsetti. Panelde deniz turizmi sektörünün içinde bulunduğu sıkıntılı dönem üzerinde özellikle duruldu ve bu dönemden çıkmak için gerekli olan stratejiler tartışıldı.

Sempozyumda öğle arasının ardından akademik bildirimlerin sunulduğu paralel oturumlara geçildi. Toplam üç farklı salonda gerçekleşen oturumlarda 15 akademik bildiri sunuldu. Yönetim, pazarlama ve politika gibi çeşitli alanlarla ele alınan deniz turizmi sempozyumu Cumartesi günü 13:30’da sona erdi. Sempozyum, bilimsel anlamda önemli bilgilerin paylaşıldığı, üniversite, sektör ve kamunun bir araya gelerek deniz turizminin gelişmesi ve var olan sorunların çözümü için iş birliklerinin ele alındığı, dinleyicilerin bilgilendirildiği, tüm katılımcıların menün olarak ayrıldığı bir etkinlik olarak akıllarda kaldı. Bir sonraki sempozyumun 2018 yılında yapılması beklenmektedir.

*Pınar IŞILDAR, Dr. Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Foça, İzmir.*

*E-posta: pinar.isildar@deu.edu.tr*

*ORCID: 0000-0001-7667-9951*