

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda:

Yerli Turistlerin Kendilerini Yabancılarla Karşılaştırması ve Hissettikleri Ayrışma
Gürkan AYBEK - Altan DEMİREL - Cansu Ece ÖNER

İstanbul Park Otel (1930 - 1979)
Dönüş ÇİÇEK - Nazmi KOZAK

Göstergebilim Yaklaşımı Kapsamında Turizm Mitleri Üzerine Bir İnceleme
Kübra AŞAN

Sosyal Medyada Seyahat İmrenişinin Seyahat Etme Niyetine Etkisi
Ferhat ŞEKER - Ahmet ERDEM - Kamil UNUR

Neden Gönüllülük? Nedenler ve Uyumsuzluklar Bağlamında Turizm Açısından Bir Araştırma
Beyza HATIRNAZ - Ece KONAKLIOĞLU

Restoran Zincirlerinin Finansal Başarısızlık Riskleri ve Covid-19'un Etkisi
Cemile ÖCEK - Fatma Senem BEYAZ - Erdiç KARADENİZ

Box-Jenkins Yöntemiyle Turizm Talebinin Tahmin Edilmesi: Türkiye Örneği
Kurtuluş BOZKURT - Aytaç PEKMEZCİ - Hatice ARMUTCUOGLU TEKİN

Ekonomik Yapı ile Fertlerin Rekreatif Seyahat Harcamaları Arasındaki İlişki
Özkan TÜTÜNCÜ

Gastrodiplomasi: Gastronomiye Diplomasi Penceresinden Bakış
Fikret SONER

Turizm Tarihinin Kaynakları - 4
Murat HANİLÇE

YKS 2022 Sonuçları Ardından Turist/Turizm Rehberliği Programları Üzerine Bir Değerlendirme
Nazım ÇOKIŞLER



Cilt: 33 • Sayı: 2 • Güz 2022 • 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)
Anatolia Turizm Akademisi
P. K. 109, Yenişehir, Çankaya
Ankara
E-posta: nazmi.kozak@gmail.com

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

ALAN EDİTÖRLERİ

Serhat Adem SOP
Mehmet Akif Üniversitesi
E-posta: serhatademsop@gmail.com

Hanım Kader ŞANLIOZ-ÖZGEN
Özyeğin Üniversitesi
E-posta: hksanlioz@gmail.com

Arzu TOKER
Anadolu Üniversitesi
E-posta: hksanlioz@gmail.com

Ceren AYDIN
E-posta: cerendiktas@gmail.com

EDİTÖR DANIŞMA KURULU

Bülent AĞAOĞLU, *Bibliyograf*
Faruk ANDAÇ, *Çağ Üniversitesi*
Füsun BAYKAL, *Ege Üniversitesi*
Ümmuhan GÖKOVALI, *Emekli Öğretim Üyesi*
Suat KARAKÜÇÜK, *Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi*
Meryem AKOĞLAN KOZAK, *Anadolu Üniversitesi*
Meral KORZAY, *Emekli Öğretim Üyesi*
Fehmi KÖFTEOĞLU, *turizm gazetesi.com*

Mehmet ÖZDEMİR, *Emekli Öğretim Üyesi*
Sevil F. SÖNMEZ, *University of Central Florida*
Muammer TUNA, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*
Özkan TÖTÜNCÜ, *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Öcal USTA, *İstanbul Kent Üniversitesi*
Muzaffer S. UYSAL, *University of Massachusetts Amherst*
M. Mithat ÜNER, *Atılım Üniversitesi*
Şükrü YARCAN, *Niğantaşı Üniversitesi*

BÖLÜM EDİTÖRLERİ

Gastronomi İncelemeleri
Özge SAMANCI, *Özyeğin Üniversitesi*
E-posta: ozge.samanci@ozyegin.edu.tr

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

Turizm Tarihi İncelemeleri
Murat HANILÇE, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi*
E-posta: murat.hanilce@gop.edu.tr

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

Turist Rehberliği İncelemeleri
Canan TANRISEVER, *Kastamonu Üniversitesi*
E-posta: ctanrisever@kastamonu.edu.tr

Etkinlik Notları
Çağdaş AYDIN, *Kastamonu Üniversitesi*
E-posta: aydincagdas@gmail.com

SANAL YAYIM EDİTÖRÜ

Çağdaş AYDIN, *Kastamonu Üniversitesi*
E-posta: aydincagdas@gmail.com



YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 109 - 06444, Yenişehir, ANKARA
Tel: 0312 - 434 09 49 ● Faks: 0312 - 434 31 42
<http://www.anatoliajournal.com/atad> ● <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad>

YAYIN POLİTİKASI

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1990 yılından bu yana, turizm, turizm işletmeciliği, gastronomi, rekreasyon ile turizmin diğey 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.

Tarımlanan Dizin ve Veri Tabanları

Agricultural Economics Database, CAB Abstracts, Global Health Databases, CABI Full Text, EBSCO - SPORTDiscus, EBSCO-Hospitality&Tourism Complety, EBSCOhost, Leisure Recreation and Tourism Abstracts, LeisureTourism, Rural Development Abstracts, Tr Dizin, TUBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı, World Agricultural Economics and Rural Sociology Abstracts.

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

Editör Kurulu Üyeleri

Mustafa AKAL
Sakarya Üniversitesi
İşletme Fakültesi

Atilla AKBABA
Kâtip Çelebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Mehmet AKBIYIK
Harran Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu

Nurhodja AKBULAEV
Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Türk Dünyası İşletme Fakültesi

Yılmaz AKGÜNDÜZ
Dokuz Eylül Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Gönül AKIN
Beykent Üniversitesi
Meslek Yüksekokulu

Gülşah AKKUŞ
Kâtip Çelebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Emre Ozan AKSÖZ
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Eylin AKTAŞ
Pamukkale Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Tahir ALBAYRAK
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Işıl ALTUN
Kocaeli Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi

Özlem ALTUNÖZ
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Alper ASLAN
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Zeynep ASLAN
Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Zerrin AŞAN GREENACRE
Anadolu Üniversitesi
Fen Fakültesi

Levent ATALI
Kocaeli Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

Gökhan AYAZLAR
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Aydoğın AYDOĞDU
Kastamonu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Aslıhan AYKAÇ YANARDAĞ
Ege Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Ahmet Serdar AYTAÇ
Harran Üniversitesi
Fen Edebiyat Fakültesi

Ömer AYTAÇ
Fırat Üniversitesi
İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi

Oya AYTEMİZ SEYMEN
Balıkesir Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Fusun BAYKAL
Ege Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi

Çetin BEKTAŞ
Erzincan Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Kemal BİRDİR
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Deniz BOZ
Çukurova Üniversitesi
Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksekokulu

Meltem CABER
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Onur ÇAKIR
Kırklareli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Tolga Fahri ÇAKMAK
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Gürel ÇETİN
İstanbul Üniversitesi
İktisat Fakültesi

Beykan ÇİZEL
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Ülker ÇOLAKOĞLU
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Ömer ÇOBAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Murat ÇUHADAR
Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Özgür DAVRAS
Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Osman Cenk DEMİROĞLU
Umeâ Üniversitesi
Coğrafya ve İktisat Tarihi Bölümü

Başak DENİZCI GUILLET
Hong Kong Politeknik Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu

Sebahattin Emre DİLEK
Batman Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Evinç DOĞAN
Boğaziçi Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

İsmet DOĞAN
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı

Ece DOĞANTAN
Anadolu Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

Aslı Cansın DOKER
Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Maria DOLORES ALVAREZ
Boğaziçi Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Dilek DÖNMEZ POLAT
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Gelibolu Piri Reis Meslek Yüksekokulu

Rüya EHTİYAR
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Oktay EMİR
Anadolu Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

Mehmet Han ERGÜVEN
Kırklareli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Hilal ERKUŞ
Akdeniz Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Mehmet ERTAŞ
Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Savaş EVREN
Gümüşhane Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Ümmühan GÖKOVALI
Muğla Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ
Kocaeli Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Esra GÜL YILMAZ
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Fatih GÜNAY
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Ebru GÜNEREN ÖZDEMİR
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Editör Kurulu Üyeleri

Saniye Gül GÜNEŞ Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi	Deniz KÜÇÜKUSTA Hong Kong Politeknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Okulu	Canan TANRISEVER Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	Mine OYMAN Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi	Ebru TARCAN İÇİGEN Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
F. Özlem GÜZEL Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Yıldırım Beyazıt ÖNAL Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Nevin TEKGÜL ŞANLIER Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Murat HANILÇE Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi	Osman Nuri ÖZDOĞAN Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Mustafa TEPECİ Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Cem IŞIK Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Aslı Emine ÖZEN DE HAAS Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi	Arzu TOKER Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Kemal KANTARCI Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi	Gökçe Özdemir Umutlu Yaşar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Fatma Nur TUĞAL Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi
Erdoğan KARADENİZ Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Emir ÖZEREN Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi	Muammer TUNA Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Kenan KARAGÜL Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu	Öznur ÖZKAN TEKTAŞ Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Zeynep TUNA ULTAV Yaşar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Asım SALDAMLI Bolu İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi	Hasan TUTAR Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi
Suat KARAKÜÇÜK Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi,	Özge SAMANCI Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü	Oğuz TÜRKAY Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Osman M. KARATEPE Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Gökçeçiçek SAVAŞIR Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi	Gözde TÜRKARHAN South Florida Üniversitesi
Salih KATIRCIÖĞLU Doğu Akdeniz Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü	Mehmet SOMUNCU Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi	Özkan TÜTÜNCÜ Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu
Sonay KAYGALAK-ÇELEBİ Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Serhat Adem SOP Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulux	Ahmet UŞAKLI Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
Burçin KIRLAR CAN Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi	Şükran ŞAHİN Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi	Mehmet İsmail YAĞCI Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Erdoğan KOÇ Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Hanım Kader ŞANLIÖZ ÖZGEN Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Kemal YAKUT Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Göknül Nur KOÇAK Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Leyla ŞENTÜRK ÖZER Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Uysal YENİPINAR Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
Mehmet Ali KÖSEOĞLU Hong Kong Politeknik Üniversitesi Otel ve Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu	Bahar TANER Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Murat YEŞİLTAŞ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
O. Avşar KURGUN Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi	Abdullah TANRISEVDİ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Cem YEŞİLYURT Adıyaman Üniversitesi Turizm Fakültesi
		Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi

İÇİNDEKİLER**HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**

- 7** Yerli Turistlerin Kendilerini Yabancılarla Karşılaştırması ve Hissettikleri Ayrışma
Gürkan AYBEK Altan DEMİREL Cansu Ece ÖNER
- 19** İstanbul Park Otel (1930 - 1979)
Dönüş ÇİÇEK Nazmi KOZAK
- 30** Göstergibilim Yaklaşımı Kapsamında Turizm Mitleri Üzerine Bir İnceleme
Kübra AŞAN
- 41** Sosyal Medyada Seyahat İmrenişinin Seyahat Etme Niyetine Etkisi
Ferhat ŞEKER Ahmet ERDEM Kamil UNUR
- 53** Neden Gönüllülük? Nedenler ve Uyumsuzluklar Bağlamında Turizm Açısından Bir Araştırma
Beyza HATIRNAZ Ece KONAKLIOĞLU
- 65** Restoran Zincirlerinin Finansal Başarısızlık Riskleri ve Covid-19'un Etkisi
Cemile ÖCEK Fatma Senem BEYAZ Erdiç KARADENİZ
- 77** Box-Jenkins Yöntemiyle Turizm Talebinin Tahmin Edilmesi: Türkiye Örneği
Kurtuluş BOZKURT Aytaç PEKMEZCİ Hatice ARMUTCUOĞLU TEKİN

REKREASYON İNCELEMELERİ

Özkan TÛTÛNCÛ, Editör

- 87** Ekonomik Yapı ile Fertlerin Rekreatif Seyahat Harcamaları Arasındaki İlişki
Özkan TÛTÛNCÛ

GASTRONOMİ İNCELEMELERİ

Özge SAMANCI, Editör

- 97** Gastrodiplomasi: Gastronomiye Diplomasi Penceresinden Bakış
Fikret SONER

TURİZM TARİHİ İNCELEMELERİ

Murat HANİLÇE, Editör

- 102** Turizm Tarihinin Kaynakları - 4
Murat HANİLÇE

İÇİNDEKİLER

TURİST REHBERLİĞİ İNCELEMELERİ

Canan TANRISEVER, Editör

- 146** YKS 2022 Sonuçları Ardından Turist/Turizm Rehberliği Programları Üzerine Bir Değerlendirme
Nazım ÇOKIŞLER

KİTAP TANITIMI

Nazmi KOZAK, Editör

- 155** Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistemik Dizin) (Marianna YERASİMOS)
Nazmi KOZAK

ETKİNLİK NOTLARI

Çağdaş AYDIN, Editör

- 161** Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu
Mehmet Tahir DURSUN – Burcu YAMAN SELÇİ

- 163** 2022 YILI MAKALE DİZİNİ VE HAKEM LİSTESİ

- 165** ANATOLIA: TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ MAKALE HAZIRLAMA VE YAYIM BİLGİLERİ

Yerli Turistlerin Kendilerini Yabancılarla Karşılaştırması ve Hissettikleri Ayrışma

Local Tourists' Self-Comparison with Foreign Tourists and Feeling of Segregation

Gürkan AYBEK*, Altan DEMİREL**, Cansu Ece ÖNER***

*(Sorumlu Yazar) Araştırma Görevlisi, Pınarbaşı Mah. Akdeniz Üniversitesi, Merkez Kampüsü Turizm Fakültesi Kat:1 Oda No:1-D-12A, 07058, Konyaaltı / Antalya.

E-Posta: gurkanaybek@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5536-5440

** Öğretim Görevlisi, AKEV Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Kadriye Mah. Celal Bayar Cad. No:5-6, 07525, Serik/Antalya.

E-Posta: altan.demirel@akev.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1010-4116

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akdeniz Üniversitesi Enstitüleri Binası B Blok 2. Kat Dumlupınar Bulvarı Kampus, 07058, Antalya.

E-Posta: eceoner95@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9034-6050

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 8 Ekim 2021

Birinci düzeltme: 12 Aralık 2021

Kabul: 11 Ocak 2022

Anahtar sözcükler: Yerli turist, Ayrışma, Netnografi, Sosyal karşılaştırma, Napolyon kompleksi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 8 October 2021

Resubmitted: 12 December 2021

Accepted: 11 January 2022

Key words: Local tourist, Segregation, Netnography, Social comparison, Napoleon complex.

ÖZ

Çalışmada yerli turistlerin yabancı turistler ile kendilerini nasıl karşılaştırdıklarını ve hangi temalar açısından ayrışma hissettiklerini ortaya koymak amaçlanmıştır. İkincil olarak, bu ayrışma hissini tetikleyici nedenlerine yönelik çıkarımlar yapılmıştır. Kuramsal altyapı, konu açısından uyumlulukları nedeniyle, sosyal karşılaştırma paradigması ve üstünlük-aşağılık ikilemi ile Napolyon kompleksi üzerine kurulmuştur. Netnografi yöntemi kullanılan çalışmada veriler TripAdvisor online platformu üzerinden 28 Ağustos-14 Eylül 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Bulgular, tüketici temelli (işletmelerin hedef kitle tercihi, fiyatlandırma, kalite belirleyiciliği, hizmet alma) ve sosyolojik temelli (genel davranış ve tutum, kültürel ve tarihi değerlere verilen önem, çevre duyarlılığı) olarak iki ana tema altında değerlendirilmiştir. Ayrışma hissini ve potansiyel yerli turist kompleksini yaratan dört ana aktör; yerli esnaf/işletmeler, çalışanlar, yabancı turistler ve diğer yerli turistler olarak sıralanmaktadır. Yerli turistler özellikle tüketici temelli ayrışma temalarında ikinci plana atılmış ve haksızlığa uğramış hissetmektedir. Bazı yerli turistlerin yorumlarından bu hislerin etkisi ile adeta öç almaya yönelik tutumların gelişebileceği de anlaşılmaktadır. Ancak kimi yerli turistler bizzat diğer yerli turistleri de -özellikle beklenti yönünden- eleştirmektedir.

ABSTRACT

Current study aims to enlighten how local tourists in Turkey compare themselves with foreign tourists and on which themes they feel segregation. Secondly, inferences on possible causes of this segregation feeling have been made. For theoretical base, social comparison paradigm and Napoleon complex with superiority-inferiority dilemma are borrowed according to their suitability. Data is obtained from TripAdvisor platform between August 28 and September 14, 2021, since this research has a netnographic approach. As findings propose, there are two themes of segregation which are consumer based (target market choice, pricing, quality determinant, service) and sociological based (general behavior and attitudes, valuing cultural and historical assets, environmental sensitivity). The main four factors that triggers the segregation feeling and potential local tourist complex are local businesses, personnel, foreign tourists, and other local tourists. Local tourists feel segregation and relegation particularly in consumer-based themes. It seems this led to a vengeful attitude among local tourists. However, for some local tourists, other local tourists should be criticized specifically for their expectations.

GİRİŞ

Türkiye'de özellikle batı ve güney bölgeleri kıyı şeritleri için önemli bir kalkınma faktörü olan turizm sektörü (Seckelmann 2002), çoğunluk-

la yabancı turistlere yönelik bir yapıya sahiptir (Şanlıoğlu ve Özcan 2017). Sektörün yabancı turist merkezli olmasının arkasında özellikle döviz getirisi unsurunun yattığı düşünülebilir

(Bozkurt ve Pekmezci 2015; Şanlıoğlu ve Özcan 2017). Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021), gelen yabancı turist sayısının 2018 yılında 40 milyon ve 2019 yılında 45 milyon civarında olduğunu ifade etmektedir. Bu veriler de bunu doğrular niteliktedir. Ancak bir destinasyon, benzer ilgi ve motivasyonlara sahip şekilde hareket eden yerli turistlerce de ziyaret edilmektedir (Güzel 2011). Yerli ve yabancı turistlerin aynı destinasyonda karşılaşması sırasında, neredeyse her dönemde yerli turistlerin göreceli olarak ikinci plana atıldığı yönünde kaygılar bulunmaktadır (Kuşluvan 2002; Yenişehirlioğlu ve Salha 2020). İkinci plana atılmış olma hissi ise beraberinde yerli ve yabancılarca yönelik bir ayrışma olduğu fikrini getirmektedir (Dönmez ve Çakıcı 2013a; 2013b).

Alanyazın incelendiğinde yerli turistler, yabancı turistlerin genel davranış ve görgü kuralları yönünden kendilerinden farklı olduklarını hissetmekte (Dönmez ve Çakıcı 2013a), ödenen ücret ve alınan hizmet kalitesi yönünden bir adaletsizlik algılamaktadır (Dönmez ve Çakıcı 2013b; Yenişehirlioğlu ve Salha 2020). Ancak yerli turistlerin yabancı turist karşısında kendisini nasıl konumlandığı ve karşılaştığı belirgin şekilde ortaya koyulmamıştır. Söz konusu unsurların belirginleştirilmesi, turizm paydaşlarının yerli turistlerin gözünden sektördeki sorunları tespit edebilmeleri yönünden gereklidir. Çünkü yerli turistler, özellikle salgın ve siyasi istikrarsızlık benzeri kriz dönemlerinde turizm açısından önemli hale gelmektedir (Şahin vd. 2018). Seyahat işletmecilerinin, iç pazarın “turizmin sigortası” olduğu yönündeki görüşleri de bununla paraleldir (Coşan 2021). Nitekim çalışmanın ilk amacı olan yerli turistlerin, yabancı turistlerle aralarında hissettikleri ayrışma faktörlerinin belirlenmesi ve hangi yönlerden üstün/avantajlı-aşağı/dezavantajlı hissettiklerinin ortaya konması da bu doğrultuda şekillenmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti’nde de 2016 yılında artan terör olayları ve 2020’den bu yana yaşanan pandemi sebebiyle ülkeler arası seyahat kısıtlamaları ve insanların algıladıkları risk düzeyinin artmasıyla Türkiye Cumhuriyeti’ne gelen yabancı turist sayısında azalma yaşanmış ve yerli turistlerin turizmin bu açığını kapatacağına yönelik bir

inanç gelişmiştir (Köşker 2017; Yenişehirlioğlu ve Salha 2020). Fakat olağan dönemlerde özellikle yerli esnafın ve işletmelerin hedef pazar olarak yabancı turisti tercih etmesi (Sarı ve Bayraktar 2018) sonucu yerli turistlerin neredeyse turistik deneyimin her anında ikinci plana atılmış hissetmesi (Yenişehirlioğlu ve Salha 2020), kriz dönemlerinde turizme katılma konusunda hevesli olmamalarına neden olabilir durmaktadır. Buradan hareketle, hissedilen ayrışma karşısında gelecekte ortaya çıkabilecek potansiyel tutum ve davranışların açıklanması da araştırmanın ikinci odağıdır.

Araştırmanın bölgedeki turizm paydaşlarının, yerli turistlerin gözlerindeki konumlarını ve hangi yönlerden kendilerini geliştirmeleri ve önlem almaları gerektiğini açıklığa kavuşturacağına inanılmaktadır. Ayrışma faktörlerinin somutlaştırılması bu bağlamda kolaylaştırıcı olacaktır. Alanyazında bu konu özelinde yapılmış çalışmaların kısıtlılığı (örn. Dönmez ve Çakıcı 2013a; 2013b), araştırmanın alandaki bir boşluğu doldururken gelecekteki çalışmalar için yol gösterici olmasını sağlamaktadır. Öte yandan bu kısıtlılık, çalışmanın amaçlarına ulaşmak için kavramsal çerçeve altında yer alan turizm dışındaki alanların kuramlarından yararlanmayı zorunlu kılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yerli turistler ve yabancı turistler, benzer deneyimleri yaşamak için aynı destinasyonda karşılaşan ancak farklı muamele gören veya olaylara farklı tepki veren iki ayrı grup olarak nitelendirilebilmektedir. Öyleyse yerli turist perspektifinden yabancı turistlerin karşı grup olarak görülmesi olasıdır. Bu perspektifi açıklamak adına sosyal psikoloji ve bireysel psikoloji alanından kuramlara başvurulması uygun görülmüştür.

Sosyal Karşılaştırma Paradigması

Sosyal karşılaştırma paradigması, sosyal kimlik kuramının önermelerinden biri olarak, bireyin dahil olduğu iç grup ve bağlı olmadığı dış grup arasındaki karşılaştırmalarını “biz ve diğerleri”

ayırımına dayanarak yaptığını öne sürmektedir (Turner, 1975; Loy 2017). Teoriye göre birey için kendini tanımlamaya uygun gördüğü niteliklere sahip sosyal bir grubun kimliğini karşılaştırma ve uyumlama sonucu benimsemesi ve içselleştirilmesi mümkündür (Trepte ve Loy 2017). Ancak bu benimseme ve içselleştirme beraberinde “biz” olarak tanımlanan iç grubun, “onlar” olan dış grupla karşılaştırılmasına yol açacaktır (Turner 1975). Söz konusu karşılaştırma iç grubu daha ahlaklı, doğru, kabul edilebilir ve güçlü görürken; dış grubu zayıflık, genel ahlak ve görgüden uzak olmak ve güçsüzlük gibi olumsuz niteliklere sahip olmakla bağdaştırmaya kadar gidebilmektedir. Bir açıdan düşünüldüğünde bireyin ait olduğu grubu daha üstün görmesi, Adler’in bireysel psikoloji kuramındaki üstünlük kompleksinin gelişmesini sağlayan sosyal etkileşim ortamını yaratabilmektedir (Selvi 2018).

Napolyon Kompleksi ve Üstünlük-Aşağılık İkilemi

Bireysel psikoloji kuramına göre, birey kendini diğer bireylerden üstün görmeye yatkınken, sosyal karşılaştırma paradigmasında birey, ait olduğu grubu dış gruptan üstün görme eğilimindedir. Bu bağlamda bireysel psikoloji kuramı ve sosyal karşılaştırma paradigmasının birbiriyle örtüştüğünü söylemek mümkündür. Her ne kadar alanyazındaki temel varsayım bireyin kendini veya ait olduğu grubu diğerinden üstün gördüğü yönünde olsa da özellikle bireysel psikoloji kuramında üstünlük kompleksinin geri planında az veya çok şekilde kendini gösteren bir aşağılık kompleksi olduğu öne sürülmektedir (Bayram 2018; Selvi 2018). Bireyin diğerlerine karşı güçsüz veya eksik hissettiği yönlerini kapatmak adına kendini üstün görmeye yatkın olduğu düşünülmektedir. Buna ek olarak eksikliklerle baş etmek adına bir diğer savunma mekanizması olan Napolyon Kompleksi de bu noktada ele alınmalıdır. Kısa boylu erkeklerin kavga etmeye daha yatkın olması metaforuyla tanımlanan bu kompleks, bireyin eksik gördüğü yönlerini kapatmak adına daha girişken olması ve daha sık agresifliğe başvurması olarak açıklanmaktadır (Knapen vd. 2018).

Yerli Turistlerin İlgili Kuramsal Altyapıya Göre Değerlendirilmesi

Yerli turistler, yabancı turistlere karşı genel bir *biz ve onlar* ayrımı yapmaktadır (Dönmez ve Çakıcı 2013a). Bahsi geçen kuramlar, yerli turistlerin ait oldukları “yerli turistler” iç grubunu “yabancı turistler” dış grubuyla nasıl karşılaştırdıklarını anlamak için uygun teorik altyapıyı sağlamaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın ana amacı yerli turistin, yabancı turisti kendine göre ve kendini yabancı turiste göre nasıl konumlandırdığını ve hangi temalar altında ayrışma hissettiğini anlamaktır. Bu konumlandırmanın anlaşılabilir kılınmasını sağlamaya yönelik olarak, temeli bireyin belirli bir gruba aidiyeti ve diğer gruplarla ayırımına dayanan sosyal kimlik kuramının sosyal karşılaştırma paradigmasından yararlanılmıştır. Bu sosyal karşılaştırma içerisinde, yerli turistlerin hangi yönlerden üstünlük-eksiklik hissettikleri, bireysel psikolojinin bir uzantısı olan Napolyon Kompleksine dayalı olarak incelenmiştir. Böylelikle yerli turistlerin, yabancı turistlere karşı içerisinde girdikleri üstünlük-aşağılık ikileminin arkasında yatan potansiyel bir yerli turist kompleksi olup olmadığına dair ve var ise ana nedenlerinin neler olduğuna dair çıkarımlar yapılabilmesi de mümkün olacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın deseni, toplulukların davranışlarını daha iyi anlamak ve veri toplamak için sanal ortamda sunduğu imkanlar nedeniyle (Kozinets 2010), çalışmanın temel mantığına uygun görülerek netnografi olarak belirlenmiştir. Bunun nedeni hem yorum çeşitliliği açısından farklı perspektifler sunması hem de yorumu yapan turistlerin bir araştırmacının yönlendirmesi altında kalmadan ve üzerinden çok zaman geçmeden deneyime dair düşüncelerini paylaşabilmesidir. Yerli turistlerin ortak motivasyon ve kaygılarını yorumlarda yansıtıyor oluşu, netnografik yaklaşımın ele alması gereken sanal topluluk gerekliliklerini karşılamaktadır.

Öncelikle araştırmanın amacına hizmet edecek verilerin bulunduğu internet platformuna karar verilmiştir. Çalışmanın turizm alanında yapılmasından kaynaklı TripAdvisor tercih edilmiştir.

Söz konusu yorumlar herkesin erişimine açık bir platformda yazıldığından ve kullanıcı, site tarafından sunulan şartları zaten kabul etmiş olduğundan ek bir izne gerek duyulmamıştır (Allen vd. 2006). Aynı zamanda TripAdvisor sitesi de verilerin telifsiz olduğu ve üçüncül kişilerce türev çalışmalarında kullanılabilmesi yönünde bilgilendirme sağlamaktadır (TripAdvisor 2018).

Veriler “yabancı”, “yabancı turist”, “yerli”, “yerli turist”, “Türk”, “biz”, “bizim” ve “onlar” anahtar kelimelerinin Google üzerinden “site:tripadvisor.com” parametresiyle aranması sonucu toplanmıştır. Yorumlar seçilirken yönlendirici olmaması adına içeriğinin olumlu veya olumsuz olmasına bakılmamış, puanlamalar dikkate alınmamıştır. Yorumların sadece yerli turistlerce yapılmış olmasına ve içeriğinin yerli ve yabancı turist karşılaştırması içermesine özen gösterilmiştir. Yorumlara yönelik ölçütler konması netnografik yaklaşım için topluluğun sınırlarını, nitel araştırma içinse nakledilebilirliği güçlendirmektedir (Kozinets 2010; Meriam 2015).

Konuyla ilgili yapılmış tüm yorumlara erişilmek istendiği için zaman sınırlaması uygulanmamış, veriler 28 Ağustos-14 Eylül 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Süreç sonunda analize uygun 76 yorum belirlenmiş, içerdikleri anlam bozulmadan yazım kurallarına uyacak şekilde düzenlenmiş ve değerlendirilecek kısımlara göre seyreltilerek içerik analizine başlanmıştır. Araştırmanın amaçlarına yorumlarda yer alan kelime, örüntü ve temaların açığa çıkarılmasıyla ulaşılabileceği için içerik analizi tercih edilmiştir (Meriam 2015). Bir lokasyon sınırlaması olmamasına rağmen yorumların önemli bir bölümünün (yaklaşık %95'i) Türkiye'nin güney-batı kıyıları olan Antalya ve çevre ilçelerde yaşanan turistik deneyimlere ilişkin yapıldığı belirtilmelidir.

İçerik analizi sürecinde, yazarlar kodlanmış ifadeleri bağımsız olarak temalandırmışlardır. Ardından bir araya gelerek temalar üzerinde hemfikir olmuşlardır. Süreç neticesinde bir kod şeması oluşturulmuştur. Konu üzerine oturmuş bir alanyazın olmadığından oluşturulan temaların ve ifadelerin uyumunu değerlendirmek için oluşturulan kod şeması, turizm alanında çalışan dört uzmana gönderilmiş ve değerlendirmeleri istenmiştir. Uzman görüşleri sonucunda belirle-

nen temaların ve maddelerin uyumlu olduğu kanısına varılmıştır. Araştırmayla ilgili uzman grubu haricindeki iki farklı akademisyenin ayrıca görüşü alınmıştır. Farklı bakış açılarının araştırmaya dahil edilmesiyle nitel araştırmanın inandırıcılığı ve güvenilirliği yönünden metodolojik anlamda bir üçgenleme sağlandığı söylenebilmektedir (Meriam 2015). Ek olarak, güvenilirliğin sağlanması için bulgular bölümünde belirlenen temalar tanımlanmış ve yorumlardan örneklerle alıntılar sunulmuştur.

BULGULAR

İlk olarak yerli turistler ve yabancı turistler arasındaki ayrışma hissini düzeyine değinmek gerekmektedir. Yorumlar incelendiğinde yerli turistlerin yabancı turistlere göre geri plana atılmış ve ayrımcılığa uğramış hissettiği doğrulanmaktadır;

“...Yerli turist direkt ikinci sınıf muamelesi görüyor...” (Y-30)

“...Yabancı vatandaşlara fazlasıyla ayrıcalık uygulanmakta...” (Y-28)

Buna ek olarak, kimi yerli turistler turist tanımını yabancı turistlerle bağdaştırmakta ve yabancı turist söylemi yerine doğrudan turist demeyi tercih etmektedir;

“...Tüm otel yabancılarla göre tasarlanmış... ..Türk olmanıza rağmen turist muamelesi görüyorsunuz...” (Y-64)

“...Bir Türk olmanıza rağmen oraya girdiğiniz anda turist muamelesi başlıyor...” (Y-76)

Tüm bu yorumlar özelinde değerlendirildiğinde, yerli turistler ve yabancı turistlerin gerçekten de iki ayrı sosyal grup olarak ele alınabileceği anlaşılmaktadır. Yerli turistler belirgin şekilde yabancı turistlerle sosyal karşılaştırma içerisine girmiş ve *biz ve onlar* şeklinde ayrılmış hissetmektedirler. Bu ayrışmanın hangi temalar altında geliştiği Tablo 1’de sunulmuştur.

İşletmelerin Hedef Kitle Tercihi

İşletmelerin turistik deneyim esnasında ürün-hizmet satışı aşamasında alışveriş için öncelikle yabancı turistleri tercih ettiği, yerli turistleri ise

Tablo 1. Yerli Turistlerin Yabancı Turistlerle Aralarında Hissettikleri Ayrışmanın Boyutları

Tema	Alt Tema	Tanım	Yorum Sayısı
Tüketici Temelli Ayrışma	İşletmelerin Hedef Kitle Tercihi	İşletmelerin ürün satışı ve müşteri çekme faaliyetleri sırasında hissedilen ayrışma	11
	Fiyatlandırma	Fiyatlandırma politikaları açısından hissedilen ayrışma	14
	Kalite Belirleyiciliği	Turistik hizmet ve ürün kalitesinin belirlenmesi ve erişilmesi açısından hissedilen ayrışma	10
	Hizmet Alma	Hizmet alma sırasında hizmet kalitesine yönelik hissedilen ayrışma	16
Sosyokültürel Ayrışma	Genel Davranış ve Tutum	Genel davranış kalıpları ve görgü kurallarıyla tutumlar açısından hissedilen ayrışma	19
	Kültürel/Tarihi Değerlere Verilen Önem	Kültürel ve tarihi turistik değerlere atfedilen önem açısından hissedilen ayrışma	4
	Çevre Duyarlılığı	Çevreye karşı duyarlı olma açısından hissedilen ayrışma	2

fazla dikkate almadıkları yerli turistlerce açıkça fark edilmektedir;

“...çok sayıda hediyelik eşya satış dükkanları mevcut. Fakat daha çok yabancı turiste satış yapmaya çalışıyorlar. Neden acaba?!...” (Y-1)

“...Yerli turist gördüklerinde kısa cevaplarla geçiştirmelerini turist cenneti bir mekânın esnafına yakıştıramadım.” (Y-75)

Öyle ki bu ayırım müşteri olarak yerli ve yabancıya sunulan ürünlerin çeşitliliğine ve hatta alışveriş için belirlenen para birimine kadar etkisini göstermektedir;

“...Menü daha çok yabancı turistlere yönelik öyle ki yerli turist için daha az seçeneğe sahip ayrı bir menü daha bulunuyor...” (Y-37)

“...alışveriş dükkanları etiket olayında sadece Euro kullanıyor Türk parası yazmıyor...” (Y-2) (Y-76)

Alanyazında da özellikle yabancı turistlerin esnafın yoğun ilgisiyle yerli turistlere göre daha çok karşılaştığı dillendirilmektedir (Dönmez ve Çakıcı 2013b; Üngüren vd. 2015). Bunun ne-

deninin destinasyonda yer alan işletme sahiplerinin ve esnafın yerli turistle alışveriş yapmaktansa daha yüksek harcamalar yapabilme kabiliyetine istinaden yabancı turistle alışveriş yapmayı tercih etmesi olduğu söylenebilir (Sarı ve Bayraktar 2018). İşletmelerin hedef kitle olarak yabancıları öncelikli görmesi içselleştirilmiş durumdadır. Öyle ki zaman zaman yabancı yerine yerli turist tercih edilmesi bile memnuniyeti arttırabilmektedir;

“...Gittiğimizde tüm masalar doluydu ve çalışan arkadaşlar hemen yardımcı oldu. Hatta bize beklettiği masaya bir yabancı turist oturmak istedi ve bizim sırada olduğumuzu ifade etti. Bu yorumu şu yüzden özellikle yazdım. Malum turizm de yabancı turist ve yerli turist ayrımı artık çok üzgün olarak ülkemizde artıyor...” (Y-44)

Bunun yanı sıra yerli turist dış görünüş olarak yabancı turiste benzemesi dahi hedef kitle tercihi açısından bir karışıklık oluşmasına ve yerli esnafın iletişim kurma çabasına yol açmaktadır;

“...Esnafın her sarışını yabancı turist sanıp “Hello” demesi biraz komik dursa da görülmeye değer.” (Y-3)

"...Giyinişimizden ve tipimizden yabancı zannedildik ve potansiyel müşteriymişiz gibi bakışlara maruz kaldık..." (Y-76)

Yaşanan küresel pandemiyle yabancı turistin yokluğu, işletmeleri hedef kitle olarak yerli turisti seçmek zorunda bırakmış ve bu durum yerli turistlerce olumlu algılanmıştır;

"...Yabancı turist olmadığından herhalde Antalya esnafında çok olumlu gelişmeler var, yerli turiste karşı..." (Y-73)

Fiyatlandırma

Yerli turistlerin turistik faaliyetlerde fiyatlandırma açısından hassas oldukları alanyazında ortaya konmuştur (Ayaz ve Musellim 2021). Bu hassasiyete ek olarak fiyat açısından ayrışma olduğu düşüncesinin de var olduğu görülmüştür (Dönmez ve Çakıcı 2013b);

"...ücret bilgisi almak için telefon açtığımda yabancı mı Türk mü olduğumu sordular... Bence çok yanlış..." (Y-8)

"...her yerde "yerli mi yabancı mı?" diye soruyorlar. Bu çok kabaca bir tarife..." (Y-9)

Kimi yorumlarda bu adaletsizlik bir empatiyle değerlendirilmektedir;

"...bizlere ayrı yabancı turistlere ayrı fiyat politikası uygulanıyor sanırım, ülkemizi tercih eden insanlara hiçbir şekilde mağduriyet yaratmamalıyız..." (Y-7)

Yine de yorumların büyük çoğunluğu yerli turistlerin bu fiyat adaletsizliğinden olumsuz etkilenen taraf olduğunu öne sürmektedir;

"...Niye yerli turiste pahalı da yabancı turiste ucuz?... (Y-34)

"...Yabancı turistlere daha ucuz, kendi ülkesinde kendi insanına daha pahalı fiyat belirleyip hizmette ise tam tersini yapan bu otele gitmeyi düşünenler tekrar düşünün derim..." (Y-53)

Ürün ve hizmetlerin fiyatları yerli turist için yüksekken yabancıların rahat satın alabilmesi, fiyat düzeyinin yabancıya göre belirlenmesine ve hizmet alma esnasında bunu avantaja çevirmelerine neden olmaktadır;

"Çok güzel tesis yapılmış fakat sadece yabancı turistler için sanırım... çok pahalı..." (Y-10)

"... ödediğimiz paranın içinde, kapıdaki valeden restorandaki garsona kadar hepsine verilebilecek bahşişi de içeren meblağ bulunurken ecnebler daha ucuza geldiklerinden bunu (bahşiş olarak) veriyor..." (Y-59)

"...Mekân güzel esnaf paragöz. Turist tarifesi almış yürümüş." (Y-74)

Döviz kuru, bu temadaki ayrışmanın ana nedeni olarak nitelendirilmektedir. Gerçekten de kurdaki artış, Türk lirasının ödeme kabiliyetini düşürmektedir. Özellikle kur artışının yol açtığı fiyat farkları, yabancı turistin harcama kapasitesini arttırırken yerli turisti kısıtlamaktadır (Bozkurt ve Pekmezci 2015);

"...Doların iki katına çıkması ile otel fiyatları da iki katına çıkmış durumda. Yabancı turistler için değişen bir şey olmadı ancak yerli turist için fiyatlar iki katına çıkmış durumda..." (Y-62)

Yabancı turistlerin, yerli turistin gözünde harcayacakları parayı belirleyen taraf olma özelliğine ek olarak, alman ürün veya hizmetin kalitesi de yabancı turiste bağlı görülmektedir.

Kalite Belirleyiciliği

Bir turizm bölgesindeki tesis, ürün ve hizmet kalitesi, o bölgeyi ziyaret eden turistlere göre belirlenmektedir (Kılıçaslan ve Aydınözü 2000; Çakar 2018). Bu belirleyicilik rolünü ise çoğunlukla yabancı turistler üstlenmektedir (Dönmez ve Çakıcı 2013b). Bu çalışmanın bulguları da bunu doğrular niteliktedir;

"Eğer yabancı turist azınlıktaysa o otele hiç yanaşmayacaksın. Çünkü gördüğün hizmet ve hizmet kalitesi onlara bağlı..." (Y-35)

"Yabancı turistler gittikten sonra yiyecek kalitesi düşüyor..." (Y-50)

Hatta bir destinasyonun veya destinasyonda yer alan işletmelerin tercih edilmesinde ve başkalarına önerilmesinde yabancı turistlerin orayı tercih etmesi rol oynamaktadır;

"...kesinlikle tavsiye ederim. Yerli turist neredeyse yok, çoğunluk Alman turist..." (Y-72)

“...müşterilerinin büyük kısmının yaşını almış yabancı turist olması nedeniyle sakin olan bir yer oluşu dikkate alındığında tercih edilebilecek bir yer.” (Y-22)

Yapılan yorumların bir kısmında, yerli turist ve yabancı turist ayrışmasının işletme tarafından açıkça hissettirildiği ve bu durumun yerli turistte tepkiye yol açtığı görülmektedir;

“...(iyi kalitede ürünler) ikram ediyorlar ama yabancı turist varken yapılan firma anlaşmaları olduğu için bu ürünler vardı. Belki seneye olmaz. Çünkü yabancı turist yok eskisi gibi...” (Y-36)

“...yemekler berbat, aynı şeyleri tekrar tekrar veriyorlar. “Bu yıl yabancı turist yok ondan böyle” dediler, oysa biz onlardan çok para veriyoruz, o zaman almanın otele...” (Y-65)

Ancak yabancı turist, bazı tatilciler tarafından yüksek kaliteyle değil, yerli turistin düşük kaliteye mecbur bırakılmasıyla bağdaştırılmaktadır;

“...İranlı aileleri görüyoruz, tur teknelerinin o gürültülü müziklerine bakmadan coşkuya katılıyorlar. Müzik o kadar yüksek ki biz maalesef tekne turuna katılmıyoruz...” (Y-6)

“...domatesi tekrar yıkamaktan kimsenin eli aşınmaz. Yabancı turist ne verirse yiyor deyip, yerli turistin makul taleplerini geçiştiremezsiniz...” (Y-60)

“...Yemekler Türkler için vasat ama yabancı turistlere ve turlara hitap ettiği için onlara iyi olabilir...” (Y-69)

“...Çay istediğimizi de ilettik ve aldığımız cevap çokook enteresandı. Çay yok. Nasıl yani menüde var ve 2,5 TL dediğimde ise “yabancı turist çay içmiyor, yerliye de akşam çay veriyoruz” dedi...” (Y-70)

Sonuç olarak, alınacak ve beklenen hizmetin kalitesinde belirleyici olan tarafın yabancı turist olması, yerli turist açısından bir memnuniyetsizlik yaratabilmektedir.

Hizmet Alma

Yerli turistlerin yabancı turistlerle aralarında hissettikleri ayrışma hizmet alma esnasında yoğun şekilde artmaktadır. Yerli turistler, hizmet alırken yabancı turistlere kendilerinden daha fazla ilgi gösterilmesinden rahatsız olmaktadır;

“...Türk müşterilere değer vermiyorlar...” (Y-25)

“...garsonların hemen hemen hepsi yabancı turistlerle daha ilgililer. Yerli turistlerin önemsenmemesi kendimizi kötü hissetmemize neden oldu...” (Y-33)

“...Servis personeli adam seçiyor. Türk iseniz kesinlikle sıfır ilgi alaka. Yabancı misafirseniz çayınıza kadar servisiniz yapılıyor...” (Y-67)

Hatta hizmet alma esnasında hissedilen bu ayırım, yaşanan deneyim olumlu olsa dahi kendini göstermektedir;

“...personel ilgide gayet başarılı fakat yabancı turiste olan ilgi kat ve kat daha fazla...” (Y-19)

“...otel mükemmel bence her şeyi güzel lakin personelin yabancı turiste hep güler yüzlü davranıp hizmet yapması. Bizim yüzümüze bile bakmaması garip geldi. İnanılmaz bir yerli turist ayrımı var...” (Y-24)

Hem hizmet alma hem de diğer tüketici temelli ayrışma boyutlarında yaşanan olumsuz deneyimler, beraberinde yerli turistler arasında adeta intikam almaya yönelik bir tutum gelişmesine yol açmış görünmektedir;

“...eninde sonunda hepiniz yerli turistin cebine bakacaksınız...” (Y-32)

“...kendi halkın her zaman burada, onlara müşteri olarak her zaman muhtaçsınız...” (Y-36)

Alanyazındaki genel kabul de yerli turistin yabancı turist karşısında haksızlığa uğramış hissine sahip olduğudur (Dönmez ve Çakıcı 2013b; Yenişehirlioğlu ve Salha 2020). Ancak araştırma kapsamında ele alınan veriler, azınlık da olsa bazı yerli turistlerin yerli ve yabancı turiste eşit davranıldığını ve beklentilerin daha doğru belirlenmesi gerektiğini düşündüğünü işaret etmektedir;

“...yabancı turist sayısı fazla olmasına karşı, personel Türklere çok yardımsever ve güler yüzlü ve işini bilinçli yapıyor...” (Y-63)

“...otelin %80 yabancı turist olduğunu var sayarsak sizlerle ilgilenilme oranı ne kadar fazla olabilir buradan pay biçmek lazım...” (Y-66)

“...tatilden ne beklediğinize bağlı... ..Çalışanlar işini yapıyordu, alt tarafı bir tatil yapıyorum ve çalışanların bana lord gibi davranmasını beklemiyorum...” (Y-61)

Genel Davranış ve Tutum

Bazı yerli turistler, tüketici temelli ayrışma boyutlarından ayrı olarak, sosyal anlamda da kendilerini yabancı turistlerle karşılaştırmaktadır. Dönmez ve Çakıcı (2013a), yerli turistlerin yabancı turistlere karşı bazı sosyal bağlamlarda üstün bazılarında ise daha geride hissettiğini ortaya koymuşlardır. Bu çalışmanın bulguları da ilgili araştırmacıları desteklemektedir. Genel davranış ve tutum açısından özellikle olumsuz yorumların çoğunlukta olduğu söylenebilir;

“...Soyunma kabinleri iğrenç kokuyor. Büyük ihtimalle uzak olan tuvalete gitmeye üşenenler soyunma kabinlerine yapmış! Çok fazla yabancı var, büyük ihtimalle onlar yapmıştır. Türklere böyle bir iğrençlik beklemiyorum çünkü...” (Y-12)

“Her yer kıl, çöp. Havuz ile alakası olmayan full makyaflı yabancı kızlar. Ellerinde içki olan insanlar vardı...” (Y-15)

“...otelde konaklayan yabancı turistler konakladığım diğer otellere nazaran daha elit insanlardı ve öyle içip taşkınlık yapan turistlere benzemiyorlardı.” (Y-29)

Ancak yine de tüm yerli turistlerin yabancı turistleri olumsuz özelliklerle bağdaştırdığını söylemek doğru olmayacaktır. Birkaç yorum yabancı turistleri, yerli turistten daha uyumlu ve ılımlı görmektedir;

“...Yabancı turist Türk turistten daha kaprislidir, onlar sadece olay çıkmasın tatsızlık olmasın diye seslerini çıkartmazlar...” (Y-52)

“...birçok otele gittim turistler bizim yerlilerden daha ılımlıdır açıkçası...” (Y-51)

Fakat kimi yerli turistler, aynı gruba dahil olmalarına rağmen, diğer yerli turistleri yabancı turistlere göre oldukça aşağı bir düzeye koymaktadırlar;

“...Yerli turistler yabancı turistlere göre daha soğuk olmasından sohbetler de daha kısa sürüyor... ..bu sebeple onlara daha sıcak davranılıyor gibi gözüküyor ama alakası yok. Çuvaldızı kendimize batıralım biraz...” (Y-42)

“...bazı insanların... ..maalesef tesisi pis, saygısızca kullanıyor. 2 bin TL ile oteli satın aldığını sa-

nanlar var maalesef... ..Şu bir gerçek, yabancı turist daha saygılı ve daha medeni...” (Y-45)

“...Türklere hep şikâyet var... ..Şımarık ve kaprisli insanlar yüzünden her yerde Türklere huzur kaçırıyor...” (Y-58)

Kültürel/Tarihi Değerlere Verilen Önem

Kültürel ve tarihi değerleri barındıran yerlerle ilgili yapılan araştırmaların bir kısmı yabancı turistlerin bu değerleri daha fazla talep ettiğini vurgularken (örn. Kızıldemir ve Sarıışık 2018) bir kısmı ise yerli turistlerin kültürel motivasyonlara daha fazla sahip olduğunu belirtmektedir (örn. Altun ve Çınar 2019). Bu çalışma ilgili ikilemde bir taraf tutmamakla beraber yerli turistlerin, miras alanlarının kendilerine ait değerler olmasına rağmen, yabancı turistler tarafından daha fazla ilgi gördüğünü belirttikleri sonucuna ulaşmıştır. Hatta iç gruba yönelik sürekli bir öz eleştiri yapma eğilimi olduğu dikkat çekmektedir;

“...Ne yazık ki yabancı turistlerin bir kere daha yerel turistlerden daha ilgili ve duyarlı olduğunu gördüm...” (Y-46)

“...her daim yabancı turist olan bir yer, biz daha ilgisiziz sanki daha çok önem verilmeli bence...” (Y-54)

“Her insanın gezip görmesi gereken bir müze... ..Daha çok yabancı turistlerin gezmesi ve yerli turistlerin az olması düşündürücü.” (Y-71)

Yerli turist açısından kültürel bilinirliğin yüksek olması, yerel kültürel etkinlik adı altında sunulan eğlencelerin eskiyle karşılaştırıldığında cazibesini yitirmesine veya sıradanlaşmasına neden olabilmektedir (Soylu vd. 2018). Yerli turistlerin aksine yabancı turistler, bölgeye özgü eğlence unsurlarıyla karşılaşmaktan daha çok keyif almaktadırlar;

“...dans ve oryantal gösterileri yapılmakta, halk oyunları gösterisi sunulmaktadır. Ancak bu gösteriler daha çok yabancı turiste cazip gelmektedir. Yerli turist için halk oyunları ya da oryantal gösterisi eski cazibesinde değildir...” (Y-41)

Çevresel Duyarlılık

Çevresel duyarlılık, hem turistik çekiciliğin yaratılması ve sürdürülebilmesi (Kınacı vd. 2011)

hem de doğa üzerinde turizm kaynaklı olumsuz etkilerin ortaya çıkmaması (Tang 2015) için önemli görülmektedir. Ancak yerli turistlere göre yabancı turistlerin çevreye duyarlılığı çok daha yüksektir;

"...yabancıların çok fazla ziyaret etmesinden dolayı da doğal olarak temiz kalabildiği için kendimi resmen Avrupa'da bir yerde sandım. Keşke halkımız da bu yabancılar kadar duyarlı olsa, elindeki çeri çöpü izmaritini yere fırlatmasa..." (Y-5)

"...Yabancı turist hiç görmedim, yerli turistler de hunharca yemiş, içmiş, atmış çöplerini. Çöpler olmasa o kadar güzel ki..." (Y-20)

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, öncelikli olarak yerli turistlerin yabancı turistlerle kendilerini hangi boyutlarda karşılaştırdıklarını ve ayrılmış hissettiklerini sosyal karşılaştırma paradigmasıyla; ikincil olarak üstünlük-aşağılık ikilemindeki konumlarını Napolyon Kompleksine atıfla incelemiştir. Ortada bir çeşit yerli turist kompleksi mi olduğu yoksa bu hislerin karşılaşılan ayrımcılığın doğal bir sonucu mu olduğu tartışılmıştır.

Araştırmanın alanyazına önemli katkılarından biri, yerli turistlerin öz karşılaştırmalarının ve hissettikleri ayrışmanın nedenlerinin ve boyutlarının kavramsallaştırılmasıdır. Kimi yerli turistler kendilerini turist olarak görmemektedirler. Bu durum biz ve onlar karşılaştırmasının temelinde ülke vatandaşı Türkler ve dışarıdan gelen yabancılar benzeri bir altyapı olduğunu düşündürse de çeşitli aktörler bu hissi tetiklemektedir. Ayrışma hissini tetikleyen aktörler; esnaf/işletmeler, çalışanlar, yabancı turistler ve diğer yerli turistlerdir. Ayrışma ana temaları, tüketici temelli ve sosyokültürel olarak ikiye ayrılmaktadır. İşletmelerin hedef kitlesi olma, fiyatlandırma, kalitede bağımlılık ve hizmet alma gibi somut deneyimlere dayalı ortaya çıkan tüketici temelli temalarda çoğu yerli turist, üstünlük-aşağılık ikileminin aşağı kısmında hissetmektedir. Yabancı turistlerin tüketici olarak yerel esnaf, işletmeler ve çalışanları tarafından daha çok tercih edilmesi, daha iyi hizmet alması ve kaliteye erişmesiyle fiyat yönünden avantajlı olduğu algısı, yerli tu-

ristin eksik hissetmesine ve bir komplekse girmesine neden olabilir görünmektedir. Bu kompleksin bir sonucu olduğu kesin olmamakla beraber, sosyokültürel temalardan genel davranış ve tutum açısından üstün taraf olduklarını düşünenler çoğunluktadır. Kültürel/tarihi değerler ve çevreye verilen önemle ilgili olan son iki temada ise yabancı turistler üstün görülmektedir.

Alanyazında da yabancıların esnafın ana hedef kitlesi olduğu ve ilgisine daha çok maruz kaldığı dillendirilmektedir (Dönmez ve Çakıcı 2013b; Üngüren vd. 2015). Destinasyonda yer alan işletme sahipleri ve esnaf, yerli turistle alışveriş yapmaktansa daha yüksek harcama kabiliyetine istinaden yabancı turistle alışveriş yapmayı tercih etmektedir (Sarı ve Bayraktar 2018). Bunun sonucunda pandemi gibi kriz dönemlerinde yabancı turistlerin azalmasının veya yokluğunun, yerli turistlerce olumlu karşılanmış olması normaldir.

Fiyatlandırma, yerli turistlerin hassas olduğu bir konu olarak nitelendirilmektedir (Ayaz ve Musellim 2021). Yabancı turistlerle aralarında fiyat ayrışması olmasını kendileri açısından adaletsiz algılamaları şaşırtıcı değildir (Dönmez ve Çakıcı 2013b). Yabancıların kurla artan ödeme kabiliyeti, yerli turistlerin Türk lirası bazındaki ödeme kabiliyetini düşürmektedir (Bozkurt ve Pekmezci 2015; Şanlıoğlu ve Özcan 2017). Gelgelelim kimi yerli turistler, empatiyle yaklaşarak yabancılara haksızlık yapılmaması gerektiğini söylemektedir.

Kalite belirleyiciliği açısından bakıldığında yerli turistler alacakları hizmetin yüksek veya düşük kaliteye sahip olması ihtimalinin yabancı turiste bağlı olduğunun bilincindedir. Yani aynı ortamda bulunmaları nedeniyle hizmete erişimlerinin zorlaşacağını, ödeyecekleri bedelin yükseleceğini düşünmelerine rağmen, aynı zamanda alacakları kalitenin düzeyini onlara bağlı görmekte ve karar sürecinde yabancı turistin varlığını bir ölçüt olarak değerlendirmektedirler. Bu da bir çeşit yerli turist dilemması olarak ele alınabilir görünmektedir.

Hizmet alma ise yerli turistlerin ikinci plana atılma hissini ve yabancı turistin kendilerinden daha önemli olduğu düşüncesini en yoğun hissettikleri temadır. Hizmet almada yabancılara daha fazla önem verildiği düşüncesi adeta içsel-

leştirilmiş ve hizmetin kalitesi değil, hizmet alırken bu ayrıma maruz kalmamak deneyimi olumlu etkileyen bir unsur haline gelmiştir.

Hizmet alma temasında yerli turistin “suçladığı” aktörler yerli esnaf/işletmeler ve çalışanlardır. Kimi yerli turistler ise doğrudan diğer yerli turistleri eleştirerek turistik deneyimlerinde yaşadıkları soruların kaynağı olarak dahil oldukları iç grubun davranışlarını ve beklentilerini göstermektedir. Buna göre işletmeler ve çalışanlar hem yerli hem yabancı çok sayıda turiste hizmet sunma çabasındadır ve bazı noksanlıklarla karşılaşılabılır. Buna istinaden beklentilerin daha gerçekçi inşa edilmesi gereklidir. Bu yorumları yapan turistler yaşadıkları deneyimde karşılaştıkları olumsuz yanları diğer yerli turistlere mal etmektedirler.

Alanyazın incelendiğinde yerli turistlerin yabancı turistlere karşı özellikle yaşam tarzı, kültürel normlar ve alışkanlıklar açısından olumsuz değerlendirmeleri olduğu görülmektedir (Dönmez ve Çakıcı 2013a). Bu çalışmada da genel davranış ve tutum temasında sosyal karşılaştırma paradigmasının önermelerinin geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Yerli turistler, iç grup olan Türklerin ahlak ve görgü yönünden dış grup olan yabancı turistlere göre daha üstün olduğunu düşünmektedirler. Hatta bazı yorumlarda doğrudan milliyetle ilişkili değerlendirmeler dahi yapıldığı görülmüştür. Ancak etik kaygılar nedeniyle bu yorumlardan alıntılara yer verilmiştir. Bu yorumlarda milliyetler arası karşılaştırmalar, hijyen/temizlik alışkanlıklarına yönelik ithamlar ve gelecekte yaşanacak bir deneyimde benzeri milliyetlerden yabancı turistten kaçınmak için başka yerlerin tercih edileceğine dair ifadeler bulunmaktadır.

İlgili temada ilk bakışta bir çeşit üstünlük kompleksi ve sosyal karşılaştırmada iç grubu olumlama sezilse de bazı yorumlarda aksine şahit olunmuştur. Yine Dönmez ve Çakıcı'nın (2013a) çalışmasında yerli turistler, yabancı turistlere yönelik nezaket ve görgü yönünden olumlu algılara sahip olarak nitelendirilmiştir. Bu çalışmada yazarların inceledikleri yorumlar arasında bunu doğrulayan ve hatta asıl eleştirilmesi gerekenin yerli turist olduğunu belirten

ifadelerle karşılaşılmıştır. Bu durum sosyal karşılaştırma paradigmasında iç grubun daha üstün görülmesi önermesiyle çelişmektedir. İlgili ifadelerde ayrışmayı yaratanın yabancı turist, çalışan ve işletme değil, doğrudan yerli turistin istekleri ve beklentileri olduğu öne sürülmektedir. Hatta bir diğer yorumda yerli turist doğrudan sorunun kaynağı olarak nitelendirilmekte ve iç grupla ilişkili bir çeşit aşâğılık kompleksi sezilmektedir.

Genel davranış ve tutumların içinde yabancı turistleri daha üstün gören bu yorumlar, kültürel ve tarihi değerlere verilen önem ve çevresel duyarlılık temalarında da sürmektedir. Söz konusu grup için yabancı turistler ise hem davranış ve tutumlar hem de kültürel, tarihi ve çevresel duyarlılık açısından çok daha üstün algılanmaktadır. Diğer yerli turistlerin bu değerlere sahip çıkacak şekilde davranması yönünde telkinler söz konusudur.

Gelecekteki araştırmalar, ortaya konan temaların derinlemesine görüşmelerle irdelenmesine ve potansiyel yerli turist kompleksi ölçeğinin geliştirilmesine odaklanabilir. Ampirik bir çalışmayla elde edilen faktörlerin veya sıklık derecelerinin ilişkilendirilmesi ve karşılaştırılması yararlı olacaktır. Ayrıca yerli turistlerin sorumlu tuttuğu aktörler üzerinden tipolojilere ayrılmasına yönelik bir araştırma gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır. Son olarak yerli turistlerin, yabancı turist olarak başka ülkelere gitmeleri durumunda, Türkiye'deki gibi bir ayrışmayla karşılaşılıp karşılaşılmadığı sorgulanabilir.

Sektörel açıdan ise özellikle yorumların konusu olan Türkiye'nin güney kıyı bölgelerinde yerli turistlere karşı tavır değişikliğine gidilmesi gerektiği aşıkardır. Turizmin sürdürülebilirliği için yerli turistlerde gelişen sözde bir kompleksin oluşumu tehdit unsuru olabilmektedir. Normal dönemlerde turizm paydaşlarının yerli turisti soktuğu kompleks nedeniyle, pandemi benzeri kriz dönemlerinde öç alma duygusuyla hareket etmek, turistik faaliyetlere katılmakta isteksiz olmak veya katıldığında daha yüksek pazarlık gücüne sahip olunması nedeniyle işletmeyi zorlamak gibi tutumlar ortaya çıkabilir. Esnaf/işletmeler ve çalışanların ayrışma hissini tetikleyen en etkili aktörler olduğu göz önüne alındığında

bu çalışma, sektörel farkındalık yaratılması açısından kritik bir katkı sağlamaktadır. Bundan kaçınmak adına verilebilecek önemli bir öneri yerli turistlerin dönemsel değil, sürekli müşteri olarak değerlendirilmesi ve özellikle çalışanların bu doğrultuda yönlendirilmesidir. Öte yandan paydaşların yerli turistlerin ayrışma hissedip hissetmediklerini ve hissediyorlarsa düzeylerini anlaması, destinasyon yönetimi açısından yol gösterici olacaktır. İşletmecilerin yabancı ve yerli turistlere karşı davranış farklılığının olup olmadığı gizli müşteri uygulamalarıyla açığa çıkarılırsa, çeşitli yaptırımlar eşliğinde sorunlar çözülebilir. Aynı uygulamayla yabancıların az olduğu dönemlerde hizmet, kalite ve fiyat gibi faktörlerdeki değişiklikler tespit edilip önüne geçilmesi için adımlar atılabilir.

Çalışmanın en önemli sınırlılığı, ampirik veriden mahrum olmasıdır. Kaçınmaya özen gösterilse de nitel araştırmanın doğasından ötürü değerlendirmelere araştırmacıların ön yargıları yansımış olabilir. Ayrıca, verilerin spesifik bir destinasyon özelinde toplanmamış olması ve online yorumlarla kısıtlı olması yapılan çıkarımların tutarlılığını düşürebilir.

KAYNAKÇA

- Allen, G. N., Burk, D. L. ve Davis, G. B. (2006). Academic Data Collection in Electronic Environments: Defining Acceptable Use of Internet Resources, *MIS Quarterly*, 30 (3): 599-610.
- Altun, E. ve Çınar, K. (2019). İnanç Turizmi Kapsamında Mevlânâ Müzesi'ni Ziyaret Eden Turistlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1 (1): 14-42.
- Ayaz, N. ve Musellim, F. (2021). Yerli Turistlerin Fiyat Algısı Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (2): 396-407.
- Bayram, S. (2018). Psikanalitik Bir Okuma: Murtaza, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (83): 192-201.
- Bozkurt, K. ve Pekmezci, A. (2015). Turizm Talebi ve Döviz Kuru Şokları: Türk Turizm Sektörü İçin Ekonometrik Bir Analiz, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10 (2): 91-105.
- Coşan, B. (2021). Yerli Turisti Unutmayın. Hürriyet, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/yerli-turisti-unutmayin-41943876>, Erişim tarihi: 06.12.2021.
- Çakar, K. (2018). Critical Success Factors for Tourist Destination Governance in Times of Crisis: A Case Study of Antalya, Turkey, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (8): 786-802.

- Dönmez, B. ve Çakıcı, A. C. (2013a). Turist – Turist Etkileşimi: Yerli Turistlerin İngiliz Turistlere Bakış Açılı Üzerine Keşifsel Bir Araştırma, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1): 37-61.
- Dönmez, B. ve Çakıcı, A. C. (2013b). Turist – Turizmci Etkileşimi: Yerli Turistlerin Turizm İşletmecilerine ve Çalışanlarına Bakış Açılı Üzerine Keşifsel Bir Araştırma, *Çağ University Journal of Social Sciences*, 10 (2): 137-150.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye'de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16): 127-144.
- Kılıçaslan, A. ve Aydınöz, D. (2000). Afyon İlinde Kaplıca Turizmi ve Özellikleri, *Türk Coğrafya Dergisi*, (35): 347-359.
- Kınacı, B., Albuz Pehlivan, N. ve Seyhan, G. (2011). *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)*. Ankara: PEGEM.
- Kızıldemir, Ö. ve Sarıışık, M. (2018). Turist Harcamalarının Bölgesel Kalkınmaya Ekonomik Etkileri: Adana Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2):128-142.
- Knapen, J. E., Blaker, N. M. ve Vugt, M. V. (2018). The Napoleon Complex: When Shorter Men Take More, *Psychological Science*, 29 (7): 1134-1144.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londra: SAGE.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği, *Akademik Bakış Dergisi*, Temmuz-Ağustos (62): 216-230.
- Kuşluvan, Z. (2002). Türkiye'de İç Turizm Talebinin Analizi, *Journal of Travel And Tourism Research*, 2: 1-21.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). Turizm İstatistikleri. Ankara:Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigim.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim tarihi: 25 Eylül 2021.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. Çev. Ed. Selahattin Turan). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Sarı, C. ve Bayraktar, S. E. (2018). Kemer İlçesindeki Esnafın Turizm ve Turist ile İlgili Tutumları, *30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu* (ss. 167-187). Ankara: TÜCAUM.
- Seckelmann, A. (2002). Domestic Tourism—A Chance for Regional Development in Turkey?, *Tourism Management*, 23 (1): 85-92.
- Selvi, K. (2018). Narsistik Kişilik Bozukluğunun, Adler'in Aşağılık ve Üstünlük Kompleksleri Açısından Analizi: Bir Olgu Çalışması, *AYNA Klinik Psikoloji Dergisi*, 5 (1): 1-20.
- Soylu, A., Özdiçiner, N. S. ve Ceylan, S. (2018). Yerli ve Yabancı Turistlerin Destinasyon İmajına İlişkin Algı Farklılıkları: Pamukkale Örneği, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (3): 2481-2493.
- Şahin, S., Tezcan, A. E. ve Bekci, M. (2018). Yerli Turistlerin Türkiye, İstanbul, Turizm ve Turist Rehberi ile İlgili Metaforları, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1): 251-264.
- Şanlıoğlu, Ö. ve Özcan, E. Ö. (2017). Türkiye'de Uygulanan Turizm Teşvik Politikaları ve Sonuçları Üzerine Bir Değerlendirme, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2): 97-118.

- Tang, Z. (2015). An Integrated Approach to Evaluating The Coupling Coordination between Tourism and The Environment, *Tourism Management*, 46: 11-19.
- Trepte, S. ve Loy, L. S. (2017). Social Identity Theory and Self-Categorization Theory. İçinde P. Rössler, C. A. Hoffner ve L. van Zoonen (Düzenleyenler), *The International Encyclopedia of Media Effects* (ss. 1-13). Chichester, West Sussex; Malden, MA: John Wiley & Sons.
- TripAdvisor (2021). TripAdvisor Web Sitesi Şartları, Koşulları ve Bildirimleri, <https://tripadvisor.mediaroom.com/TR/terms-of-use>, Erişim tarihi: 11.12.2021.
- Turner, J. C. (1975). Social Comparison and Social Identity: Some Prospects for Intergroup Behaviour, *European Journal of Social Psychology*, 5 (1): 5-34.
- Üngüren, E., Arslan, S. ve Kaçmaz, Y. Y. (2015). Bir Turist Tazirü Olarak Hanuıçuluğun Turistler Üzerindeki Etkisi, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 32: 129-174.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Salha, H. (2020). Covid 19 Pandemisinin Türkiye İı Turizmüne Yansımaları: Değişen Talep Üzerine Bir Araştırma, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Bahar (Covid19-Özel Ek): 355-368.



Gürkan AYBEK

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden mezun oldu (2017). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı'ndan aldı (2020). Doktora derecesi için Akdeniz Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı'nda eğitimine devam etmektedir. Akdeniz Üniversitesi'nde çalışmaya başlamıştır (2019) ve halen aynı yerde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, gastronomi, yiyecek içecek işletmeciliği ve turizmdir.



Altan DEMİREL

Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2013). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2017). Doktora eğitimine Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'nda başladı (2017). Antalya Akev Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2020). Halen Antalya Akev Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri, Turist Rehberliği Programında öğretim görevlisi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm işletmeciliği, kültürel miras ve dijitalleşmedir.



Cansu Ece ÖNER

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği (%100 İngilizce) Bölümü'nden mezun oldu (2019). Yüksek lisans derecesi için Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda eğitimine devam etmektedir. Temel çalışma alanı, turizmdir.

İstanbul Park Otel (1930 - 1979)*

İstanbul Park Hotel (1930-1979)

Dönüş ÇİÇEK**, Nazmi KOZAK***

** (Sorumlu Yazar) Dr. Öğr. Üyesi., Anadolu Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: dcicek@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3690-4442

*** Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0859-8874

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 26 Ağustos 2021

Birinci düzeltme: 1 Ocak 2022

İkinci düzeltme: 14 Ocak 2022

Kabul: 15 Ocak 2022

Anahtar sözcükler: Konaklama endüstrisi tarihi, Otel işletmeciliği, Beyoğlu (Pera), Modernleşme, Türkiye.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 26 August 2021

Resubmitted: 1 January 2022

Resubmitted: 14 January 2022

Accepted: 15 January 2022

Key words: History of lodging industry, Hotel management, Beyoğlu (Pera), Modernisation, Turkey.

ÖZ

Türkiye'de otelciliğin gelişmesinde geçmişte kurulan otellerin katkısı açıktır. Bu işletmelerden biri de Cumhuriyet'in ilk yıllarında İstanbul'da 1930 yılında Mirimare adıyla açılan, daha sonra isim değişikliği yapılarak işletme faaliyetine devam eden Park Otel'dir. Bu çalışmada, konaklama işletmeciliği tarihi açısından önemli izler taşıyan, hizmet ve uygulamalarıyla, Türkiye'de otelciliğin aştığı engeller ve başarıya giden yollar konusunda örnek olabilecek Park Otel'in kurum tarihinin incelenmesi amaçlanmıştır. İlgili alanyazın incelenerek hazırlanan bu kavramsal çalışma sonunda; otelin İstanbul'da o dönem eksik olan konaklama ihtiyacının karşılamasının yanı sıra restorani, barı, pastanesiyle modernleşme sürecinde yeni alışkanlıklarının deneyimlenmesine aracılık eden bir mekân olduğu, Türk gençlerine garsonluk mesleğinin öğretilmesinde ve otelciliğin toplumda meslek olarak kabulünde önemli katkılarda bulunduğu görülmektedir.

ABSTRACT

The contribution of former hotel enterprises is evident in the analysis of lodging industry development in Turkey. One of those hotels is Park Hotel, which was first established in 1930 under the name Mirimare in the first years of Republic. This study aims to examine the history of that institution, which played a critical role to overcome the obstacles and achieve success through remarkable services and implementations representing the development of the lodging industry in Turkey. As a conclusion of this conceptual research based on literature review, Park Hotel appears to have a great contribution as a pioneer property not only for hospitality, restaurant, bar and patisserie services but also as a school for young Turkish citizens to introduce restaurant waiting and hotel management as emerging occupations.

GİRİŞ

Modernleşme 17. yüzyılda Batı Avrupa'da başlayan devamında birçok ülkeyi etkileyen örgütlenme ve sosyal yaşamda yeniliğe yol açan bir anlayıştır (Giddens 2016). Türkiye'de Cumhu-

riyet dönemi modernleşme hareketinin tarihsel temelinde Osmanlı İmparatorluğu'nda başlayan modernleşme hareketleri yer alır. Bu hareketlerin Osmanlı İmparatorluğu'nda hangi süreçte başladığına ilişkin kesin bir dönem belirtilmemekle birlikte, Osmanlı modernleşmesinde ve İstanbul üzerindeki etkilerinde dönüm noktası olarak kabul edilen yıllar 1838-1839 yıllarıdır (Tekeli 2020). İngilizlerle yapılan ticaret anlaşması (1838) ve

* Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri tarafından desteklenen 1905E039 nolu "Türkiye'de Turizm Bakanlığı'nın Kurum Tarihinin İncelenmesi (1957-2019)" başlıklı proje kapsamında hazırlanmıştır.

Tanzimat Fermanı'nın ilanı (1839) Osmanlı topraklarında ekonomiden mimariye birçok alanda yenilikleri beraberinde getirdi (Yakartepe ve Binan 2011). Bu yeniliklerden biri de işletmecilik alanında gerçekleşti. Tanzimat Fermanı'nı Türk işletme tarihinin önemli kırılma noktalarından biri olarak değerlendiren Güvemli ve Güvemli (2018), Tanzimat'tan (1839) Cumhuriyet'e (1923) kadar olan süreci çağdaş işletmecilik anlayışına geçiş dönemi olarak ifade ederler. Bu bağlamda Tanzimat ile çağdaş işletmecilik anlayışı başlamış, Cumhuriyet ile Türk girişimciler harekete geçmişlerdir (Güvemli ve Güvemli 2018). İşletmecilik alanında yaşanan bu gelişmeler Avrupalı turistler tarafından, İstanbul'a olan ticari ve turistik amaçlı ziyaretlerin artmasına vesile olmuştur (Yakartepe ve Binan 2011). Bu durum konaklama, yeme içme, dinlenme mekânlarına olan ihtiyacı beraberinde getirmiş, böylece konaklama kültüründe handan otele doğru bir değişim başlamıştır. Genellikle Galata ve Pera (günümüzdeki adıyla Beyoğlu) bölgesinde hizmetin modernleştiği otel sayıları görece artmıştır (Yakartepe ve Binan 2011). Bunlardan biri de Beyoğlu ilçesinde hizmet veren, Osmanlı İmparatorluğu döneminde konak olarak inşa ettirilen (1890), sonra Hariciye Nezareti olarak kullanılan (1897), Cumhuriyet döneminde otel işletmesi olan Park Otel'dir (1930-1979) (Çevik 2019).

Geçmişin daha net anlaşılmasında tarihin mekânlar üzerinden incelenmesi önemlidir (Ricoeur 2012). İmparatorluktan Cumhuriyete geçiş sürecinde ülkenin yaşadığı dönüşüme tanıklık eden, kentli nüfusun Batılı hayatı deneyimlediği ilk otel işletmelerinden olan Park Otel, faaliyet gösterdiği dönemin koşulları göz önüne alındığında turizm tarihi açısından incelenmesi gereken önemli bir mekândır. Bu nedenle alanyazın incelenerek hazırlanan bu kavramsal çalışmada tarihteki önemine dayanarak Park Otel'in kurum tarihinin incelenmesi amaçlanmıştır. Mekânın önemi; İstanbul'da o dönem eksik olan konaklama ihtiyacını karşılayan sayılı otellerden biri olmasının yanı sıra Türkiye'de otelcilik mesleğinin toplumda kabul görmesine sağladığı katkı ve modernleşme sürecinde kentli nüfusun taleplerini karşılamada üstlendiği rolden kaynaklanmaktadır. Bir kurumun geçirmiş olduğu evre-

lerle birlikte, içinde yer aldığı ülke ve toplumun da değişim ve gelişimini inceleyen kurum tarihi çalışmaları hem tarihleri yazılan kurumun tanıtılmasına hem de kurumun işlevi açısından olduğu kadar sosyal, ekonomik, kültürel açıdan da bir ulusun kat ettiği mesafeyi göstermeye katkı sağlar (Tekin 2008). Bu bağlamda Türkiye'de ilk otellerin kurum tarihlerinin incelenmesi modern otel işletmeciliğinin tarihsel sürecinin daha net anlaşılmasına ışık tutabilir. Park Otel'in açılış süreci, yönetimindeki başarı ve başarısızlıklar, otel işletmeciliği ve garsonluk mesleğinin Türk toplumunda kabulü, modernleşme sürecinde topluma sağladığı katkılar ve kapanışındaki nedenler otel işletmeciliği tarihi açısından önemli görülmekte, çalışmanın bu anlamda turizm tarihi alanına katkı sunacağı düşünülmektedir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Türkiye'de 1990'lı yıllarla birlikte artış gösteren kurum tarihi çalışmalarının (Tekin 2008) turizm tarihi açısından yeni olduğu söylenebilir. Otelere ilişkin kurum tarihi çalışmaları değerlendirildiğinde, Osmanlı döneminden Cumhuriyet dönemine (1840-1923) kadar olan süreçte faaliyet gösteren otel işletmelerini inceleyen çalışmaların yanı sıra farklı otel işletmelerine ilişkin kurum tarihi çalışmalarının bulunduğu görülmektedir. Tarcan, İçigen ve Yılmaz gerçekleştirdikleri projede (2017- 2019) Osmanlı döneminden Cumhuriyet dönemine (1840-1923) modern anlamda faaliyet gösteren otel işletmelerini (açılış yılı, konumu, verilen hizmetler, mülkiyet durumu, faaliyet süresi, büyüklüğü, ulaşılan son kaynağın yılı, personel) incelemişlerdir (Güçlü Nergiz 2019). Savaşır ve Ulutav (2012) TUSAN motel ve oteller zincirinin Türkiye turizm tarihindeki rolünü ve önemini vurgulamak, aynı zamanda bu yapıları belgeleyerek mimarlık tarihine not düşmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Türktarhan ve Özel (2014) Eskişehir'de yer alan Büyük Otel'in işletmecilik tarihini ürün farklılaştırma açısından ele almışlardır. Kozak ve Coşar (2017) Club Med Foça Tatil Köyü'nün belirli özelliklerini (yatırım süreci, açılışı, turizm açısından taşıdığı özellikler) ve kurulduğu bölge üzerindeki etkilerini (ekonomik, toplumsal, fiziksel)

değerlendirmişlerdir. Yıldırım ve Atalay (2020), Alanya'da günümüzde faaliyetine devam eden, 1963 yılında kurulmuş *Alantur Oteli*'nin bugüne kadar yaşadığı işletmecilik evreleri ile endüstrinin gelişim aşamaları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu çalışmaların yanı sıra Ankara'da geçmişten günümüze izler taşıyan bazı otel işletmelerinin kurum tarihlerinin incelendiği çalışmalar da bulunmaktadır¹.

İstanbul'da ilk açılan otellerle ilgili çalışmalar incelendiğinde, çalışmaların daha çok otellerin mimarileri üzerinde durulduğu ve kent planlaması açısından ele alındığı (Çilli 2009; Yakartepe ve Binan 2011; Çevik 2019) görülmektedir. Bununla birlikte otel işletmeciliği tarihi açısından daha çok *Tokatlıyan Oteli* ve *Pera Palas Oteli*'ne ilişkin çalışmalar dikkat çekmektedir. Turan, Özdemir Güzel ve Baş (2016) Tokatlıyan Oteli'nin kurum tarihini incelerken, Erdem ve Hanılçe (2019) ile Hanılçe (2020) çalışmalarında Mıgırdıç Tokatlıyan ve kurduğu işletmeler arşiv belgelerine dayanılarak değerlendirilmiştir. Bu konuda gerçekleştirilen bir başka çalışma Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi kapsamında, yürütücülüğünü Prof. Dr. Nazmi Kozak'ın yaptığı, Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması'dır. Araştırmada oteller başlığı altında Bursa, Ankara, İzmir gibi illerde yer alan otellerin yanı sıra İstanbul'da yer alan otellerden; *İstanbul Hilton* (Aksöz 2018), *Pera Palas* (Yakut ve Obuz 2018), *Tarabya* (Moğol ve Akoğlan Kozak 2018), *Tokatlıyan* (Acar Gürel 2018) otellerinin kurum tarihlerinin sözlü tarih yöntemiyle incelendiği görülmektedir. Park Otel'le ilgili çalışmalar değerlendirildiğinde çok fazla çalışmaya ulaşılamamakla birlikte var olan çalışmaların otel kapatıldıktan sonraki döneme rastlayan yapılaşma sorunuyla ilişkili olduğu söylenebilir.

İNCELEME YAKLAŞIMI

Kurum tarihi çalışmalarında genel kabul görmüş belirli bir inceleme yaklaşımının olmadığı, çalışmaların benzer yollarla gerçekleştirildiği söy-

nebilir (Tekin 2008). Bazı çalışmalarda birincil kaynaklar (işletmeye ait belgeler, raporlar, yıllık dökümler, yönetmelikler vb. belgeler, işletmede çalışmış kişilere ait anılar, sözlü tarih kaynakları) kullanılırken, bazı çalışmalarda ikincil kaynakların (kitap, makale, gazete, dergi, vb. yayınlar) kullanıldığı görülmektedir. Park Otel ile ilgili bu derleme çalışmada ikincil kaynak kullanımına başvurulmuştur.

Çalışma sürecinde ilk olarak *Pera*, *Miremare*, *Park Otel* anahtar sözcükleriyle veri tabanlarında ve arama motorlarında tarama yapılmıştır. Kaynak kullanımında herhangi bir ölçüt belirlenmemiş, anılar, romanlar, ansiklopediler, bilimsel çalışmalar, dönemin gazete arşivleri incelenmiştir. Bu süreçte Şefik Oktay tarafından kaleme alınan *Büyükbabam Son Sadrazam Ahmet Tevfik Paşa* isimli eser yol gösterici olmuştur. İşletme tarihi çalışmalarında yazım aşamasında, yazılacak olan eserin kurgusunun yapılması yazımı kolaylaştırma ve kaynakların tasnifi açısından önemlidir (Tekin 2008). Bu nedenle çalışmada yazım aşamasına geçmeden önce çalışmanın kurgusu araştırma soruları çerçevesinde (Otel işletmeciliği girişimciliği nasıl başlamıştır? Park Otel ismi neden kullanılmıştır?, Park Otel'in özellikleri -sunduğu hizmetler, personel yapısı, müşteri profili- nelerdir?, Park Otel neden kapanmıştır?) oluşturularak bir ön hazırlık yapılmıştır. Kaynaklarda yer alan bilgiler bu kurguya göre tasnif edilmiş, çalışma raporu bu tasnif üzerinden otelin modernleşme sürecine olan katkılarıyla birlikte değerlendirilerek hazırlanmıştır. Araştırmanın ikincil kaynaklara dayanması en önemli sınırlılığı olarak belirtilebilir.

BULGULAR

Bu bölümde araştırma kurgusu çerçevesinde alanyazına dayalı olarak elde edilen bulgulara alt başlıklar halinde yer verilmiştir.

Park Otel'in Kurulması (1930)

Batı kültürünün Osmanlı topraklarına taşınmasında önemli bir mekân olan, özellikle 18-19. yüzyıllarda Batılı bir mahalle olarak gelişen Beyoğlu'nun bu gelişiminde farklı etkenler bulunmaktadır (İğüs ve Koç Bolel 2011). Bu etken-

¹ Ayrıntılı bilgi için bakınız: Kozak, N. (editör), (2019). *Dünden Bugüne Ankara Otel, Lokanta, Pastane, Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

lerden biri de sanat ve kültürel etkinlikler aracılığıyla Batı sanatını ve yaşam şeklini taşıyan; sosyal, ekonomik ve mimari dokuyu doğrudan etkileyen yabancı elçiliklerin bu bölgede bulunmasıdır. Park Otel olarak faaliyet gösteren konak da bir elçilik konağıdır ve İtalyan Büyükelçisi *Baron Alberto Blanc* tarafından 1890 yılında kendi olanaklarıyla inşa ettirilir. Beyoğlu'nun kuzevinde, Gümüşsuyu Mahallesi olarak da bilinen, Ayaspaşa'da yer alan (Freely ve Freely 2014) bu konak, bölgenin klasik görünümünü değiştiren bir yapıya sahiptir. Cephe düzen şekli İtalyan yazlık saraylarından esinlenilerek yapılmıştır. Anlatı ve fotoğraflardan edinilen bilgilere göre konak, üç katlı, 60 odalı ve geniş bir salona sahiptir (Okday 1986; İgüs ve Koç Bolel 2011). Konağın yapımından kısa bir süre sonra Büyükelçinin ülkesine çağrılması üzerine konağı Sultan II. Abdülhamid 19 bin altına satın alarak (1897) Hariciye Nazırı Ahmet Tevfik Paşa'ya hediye eder. *Hariciye Nezareti Konağı* aynı zamanda Osmanlı Devleti'nin sosyal yaşamında bazı ilklerin yaşandığı bir mekân olarak da dikkat çekmektedir. Tarihte "İlk Modern Osmanlı Düğünü" sayılan Tevfik Paşa'nın oğlu Ali Nuri Bey'in düğünü bu mekânda yapılır (Okday 1986).

Tevfik Paşa'nın Londra Büyükelçisi olarak görevlendirilmesi üzerine konak Hariciye Nezareti tarafından aylık 60 altın karşılığında kiralanır. Konağın yeni sakinleri dönemin Hariciye Nazırı Asım Bey ve ailesi olur (Okday 1986). Asım Bey'in Avusturyalı hanımının isteği üzerine konakta yapılan tadilat sonucunda alt kattaki çamaşırhane çatı katına taşınır ve bir baca eklenir. Bu değişim büyük bir yangına yol açar (Gülersoy 2003). Yangından geriye kâtip ve hizmetkârların kullandığı taş bina kalır (Okday 1986). Birinci Dünya Savaşı başladıktan sonra Londra Büyükelçiliği görevinden ayrılan, ailesiyle birlikte İstanbul'a dönen Tevfik Paşa konağın ayakta kalan bu kısmına yerleşir (1914). Park Otel projesi, 1920'li yıllarda yangından kurtulmuş bu taş bina üzerine kurulur (Okday 1986).

Otelcilik anlayışının insanların içinde yaşadıkları konutların odalarını kiralamalarıyla başladı, gelişerek günümüzdeki konforlu mekânlara dönüştüğü öne sürülmektedir. İstanbul'daki bir-

çok otel de bu anlayış çerçevesinde ortaya çıkmış (Fındıklı 2016), birçok aile evlerini otele dönüştürerek (Avrupa Oteli, Lozan Palas, Londra Oteli) işletmeye başlamıştır (Cezar 1991). Tevfik Paşa'nın İsviçreli eşi Afife Hanım (*Elisabeth Tschuml*) bu yaygın uygulamaya dayanarak konağın güzel bir manzaraya sahip olduğunu ve otel olarak değerlendirilebileceği fikrini aile üyeleriyle paylaşır. Ancak konağın otel olarak işletilmesinden ziyade kiraya verilmesinin daha uygun olacağı düşünülerek bu yönde bir girişim başlar. Kiralama için gelen talipler genellikle gazinocularardır. Bunlardan bazıları konağın olduğu yeri beğenmezken, bazıları kirayı yüksek bulur. Dolayısıyla kiraya verme girişiminden vazgeçilir (Selener 1987). Afife Hanım'ın konağı otele dönüştürme düşüncesini oğlu Nuri Bey'in benimsemesi ve hayata geçirmek istemesi ailenin otel işletmeciliği girişimciliğini başlatır.

Nuri Bey kurmayı düşündüğü otelin mimari detaylarıyla ilgili çizimler gerçekleştirir (1921), otel projesini hazırlar (1922). Sıra otel açmak için gerekli olan sermayenin bulunmasına gelir. Subaylık mesleğini icra ettiği yıllarda Almanya'da edindiği dostlarıyla görüşen Nuri Bey konuyla ilgilenen bir sermayedara proje hazırlatır. O dönem Alman Büyükelçisi olarak görev yapan Nadolny'nin hazırlanan projenin Türkiye'ye gelen turistler için gereğinden çok büyük ve abartılı olduğunu belirtmesi üzerine Alman girişimciler yatırımdan vazgeçerler. Daha sonra birkaç proje daha hazırlansa da Okday'ın (1986) belirttiğine göre hiçbirini hayata geçirilemez. Nuri Bey sermaye arayışına devam eder ve Pera Palas Oteli'nin işletmecisi Misbah Muhayyeş ile görüşür. Misbah Bey konağın bulunduğu yerin sapa olduğunu, orada otelin işletilemeyeceğini belirtir. Fındıklı'ya (2016) göre Misbah Bey'in Nuri Bey'e olumsuz cevap vermesinin nedeni, *Tokatlıyan Oteli* ile rekabet halinde olmasıdır.

Nuri Bey'in yaptığı işten kazandığı para, bankadan alınan krediler ve ailenin de desteğiyle otel işletmeciliği için gerekli olan sermaye hazır olur ve konağın yanmamış kısmı otele dönüştürülür. "En güzel deniz manzarası" anlamına gelen *Miramare* adıyla 1930 yılında 24 oda kapasitesiyle otel hizmete açılır (Okday 1986). Otel işletmecili-

liğini yabancıların icra ettiği bir dönemde (Cezar 1991), Osmanlı paşasının bu girişiminin yakınları tarafından eleştirilmesine neden olur. Tepkinin altında yatan asıl gerekçe toplumda otelciliğin saygın bir meslek olarak görülmemesidir (Okday 1986). Fındıklı (2016:436) bu durumu şu şekilde belirtmektedir: “Park Otel’in tarihi, Türkiye’de mesleki hiyerarşilerin zaman içinde değişen anlam ve yerini göstermesi açısından dikkat çekici bir örnek oluşturur”. Bu bağlamda Park Otel’in otelcilik mesleğinin toplumda kabulü açısından önemli bir noktada olduğu söylenebilir.

Levantenler tarafından işletilen otellerin olduğu bir dönemde, Nuri Bey ve ortağı Ömer Lütfü Bey’in otel işletmeciliği konusunda deneyimsiz olmaları, Ankara’da farklı bir işle uğraşmaları ve otel işletmesine gereken zamanı ayıramamaları nedeniyle otelden istenilen verim alınmaz. Bunun üzerine otelin kiraya verilmesi gündeme gelir. İlk kiracı Ankara’da bir bar işletmecisi olan Bay Fresko’dur. Ödemeler konusunda sorun yatan Fresko icra yoluyla otelden çıkartılır. Otelin ikinci kiracısı Rum bir kaptandır. Bu kez otelde uygunsuz işler yapıldığı gerekçesiyle otel tahliye edilir (Okday 1986). Yaşanan sorunlardan sonra yeni bir kararla başa dönülür, Nuri Bey ve ortağı oteli kendileri işletmeye çalışırlar. Ömer Bey, yüksek mimar olan eniştesi Nejat Arno’yu otel müdürlüğüne getirir. Gayretli birisi olan Nejat Bey’in yaptıkları otelin fiziksel iyileştirilmesinden (boyatma, temizlik vb.) öteye gidemez. Sonuç, başarısızlık ve bununla birlikte gelen maddi sorunlardır. Okday (1986:93), bu durumu “otel işletmeciliğinde fiyaskolar” olarak ifade eder.

Aram Hıdıryan’ın İşletmeciliği Altında Park Otel (1934)

Oteli işletme konusunda yeni çözüm yolları aramaya başlayan Nuri Bey bir ahabının (Keseryan Efendi) önerisiyle İstanbul’da Tokatlı adında üç lokantası bulunan Aram Hıdıryan’la görüşür. Çalışkan, dürüst ve yaratıcı özellikleri sayesinde oteli 45 yıl başarıyla yönetecek olan Hıdıryan (Gülersoy 2003) kendisi için uygun olan teklifleri, otelciliğin farklı bir iş alanı olması, bu konuda tecrübe edinilmesi gerekçesiyle kabul etmeyerek oteli altı ay işletmeyi önerir (Okday 1986). Hiz-

met sektöründe deneyimli olan Aram Hıdıryan kısa bir süre içerisinde oteli kâr getiren bir işletmeye dönüştürür. Artan müşteri talebine cevap verebilmek için modern tarzda tasarlanan 40 yeni oda eklenir ve otelin ismi torun Şefik Okday’ın önerisiyle Miramare’den Park Otel’e çevrilir (1934). Bunun altında yatan gerekçe otelin çevre tarafından algılanan olumsuz imajının silinmek istenmesidir. *Park* ismi otelin bahçesinde bulunan çocuk parkından gelmektedir. Bu gelişmeler üzerine Hıdıryan mülkün yüzde 40 hissesini alır. Tokatlıyan, Pera Palas gibi modern otelciliğin sembolü olan otellerin bulunduğu dönemde çok konforlu sayılmayan küçük bir işletme olan Park Otel’de tuvaletler üç-beş odaya bir tane olmak üzere kat tuvaleti şeklindedir. Tek kişilik odalar 4, iki kişilik odalar 6,5 liradır (Gülersoy 2003).

Otelde işlerin yolunda gitmesi bankalardan kredi desteği alınmasını kolaylaştırır ve otele yeni yatırımlar yapılır (Okday 1986). Böylece otel işletmelerinin imajı için önemli olan fiziksel unsurlar tamamlanarak Otelin ismi duyulmaya başlar. Otel, Şenyapılı’nın (2009:272) tarifiyile; “göbekli bahçesi, şampanya rengi duvarlarıyla birçok müşteriyi ağırlamaya başlayan İstanbul’un seçkin otellerindendir”. Çizmeciyen (2011) *İstanbul’da Kayıp Zamanlar* adlı kitabında odaların hepsinin deniz manzarasına sahip olduğunu aktarır. Oda sayısı 174 olan otel 1950’li yıllarda 213 odayla hizmet verir. Otele yapılan yeni yatırımların büyük bir kısmı Hıdıryan tarafından karşılandığından kendisinin hissesi yüzde 60’a yükselir (Gülersoy 2003).

Park Otel’de Sunulan Çeşitli Hizmetler

Modernleşme bir taraftan toplumun kültürel alanının yeniden düzenlenmesiyle ilgiliyken, diğer taraftan toplumda yaygınlaştırılmaya çalışılan bu yeni düzenlemeler için kurgulanan mekânlarla ilişkilidir (Bayraktar 2016). Dönemin Avrupa şehirlerini aratmayan Beyoğlu’nda bu değişim yabancı tüccarlara hizmet vermek amacıyla açılan dükkânlar, oteller, tiyatrolar, Avrupa mutfaklarını temsil eden restoranlarla kendini gösterir. Bu bağlamda Beyoğlu sosyal ve kültürel hayatın merkezi konumundadır (Turan, Özdemir Güzel ve Baş 2016). Dolayısıyla semtte yer

alan oteller sadece konaklama ihtiyacını karşılayan işletmeler değil, aynı zamanda yeme içme ve eğlence hizmeti sunan mekânlara dönüşür. Lokantacılık deneyimi olan Aram Hıdıryan, otelin kısa zamanda tanınmasını sağlayacak bir restoran açarak bu dönüşüme ayak uydurur. Fiziksel yapılardan sosyal yaşama birçok alanda etkisini gösteren modernleşme, Batı medeniyetini temel alan bir değişimdir (Kabagöz 2016). İçkili eğlence yerlerine 1950'li yıllarda getirilen sınıf uygulaması da bu değişimlerden biridir. Mekânlar arasında kalite ve fiyat farklılığını yansıtan bu uygulama turistik sınıfa giren otel lokantalarında (Park Otel, Pera Palas, Tokatlıyan vb.) ithal servis takımlarının kullanılmasını gerektirir (Rakı Ansiklopedisi 2014). Park Otel, beyaz üzerinde nefti renkte otelin baş harflerinin bulunduğu servis tabaklarını kullanır. Selim İleri *İstanbul Lale ile Sümbül* adlı eserinde Park Otel lokantasını aşağıdaki cümlelerle tasvir eder (İleri 2013: 58-59):

... Park Otel'i'nin geniş bahçesi, büyük cam kapılar, o kadar geniş, mermer sütunlu antre ve benim şatafatlı bir lokantada ilk akşam yemeğim. Otelin yüksek tavanlı yemek salonuna giriyoruz. Küçük bir orkestra duyulur duyulmaz çalıyor. Masalar birbirine uzak yerleştirilmiş. Garsonlar koşuşuyorlar. Nefti P ve O amblemlili beyaz porselen tabaklar, gümüş çatal bıçak...

Yıllar sonra "Gümüşsuyu'na Gömülen Lezzet Yuvası" olarak bahsedilecek (Selener 1987) olan bu restoran Alman Konsolosluğu'na yakındır. Konsolosluk çalışanlarının öğle yemeği ihtiyacını da karşılayan, bu anlamda gayri resmi yemekhane gibi hizmet de veren işletmede bir tabldot bir Türk lirasıdır. Her gün danslı çay saati vardır ve menüde "sipariş üzerine hususi ve enfes yemekler izhar olunur" şeklinde bir açıklama bulunur. Ayrıca üzerinde 10 lira yazan menüler de vardır. Dönemin koşullarında çok yüksek olan bu fiyat, otelin imajının korunması, otele kötü imaj kazandıracak olan müşterileri otelden uzaklaştırmak amacıyla özellikle uygulanmıştır (Selener 1987).

Günlük yaşam içerisinde modernleşmenin unsurlarından bir diğeri yeni yaşam tarzının yerleştirilmesinde, sosyal pratiklerin yaşanmasında etkin bir araç olan eğlencedir (Akın Girgin 2005). Yeni eğlence kültürü Beyoğlu'nun

modern restoranlarında, pastanelerinde, eğlence mekânlarında deneyimlenir ve evlere taşınır (Önen 2018). Akın (1998) Beyoğlu'ndaki ailelerin haftanın üç gecesini sanatsal etkinliklere, dört gecesini eğlence etkinliklerine katılarak geçirdiğini belirtir. Bu bağlamda Park Otel'in hizmet çeşitlerinden biri de gece kulübü ve barında sunulan eğlencedir. Boğaz manzarasına sahip olan bu bar küçük olmasına rağmen aydınlık ve ferahdır (Gülersoy 2003). Rakı mezesi olarak kullanılan üzerine kekik serpilmiş zeytin ve kırmızıbiberli beyaz peynir, Java kahvesinden yapılan *Irish coffee* (İrlanda Kahvesi), gümüş kaplarda pudra şekeriyle birlikte servis edilen *cin fizz* ve kuru üzümlü martini mekânın özgün hizmetleridir (Freely ve Freely 2014, Rakı Ansiklopedisi 2014). Vefa Zat "*Eski İstanbul Otelleri*" kitabında portakallı votkanın da buradan çıktığına ilişkin bilgilerin olduğundan bahseder (Zat 2005). Barın altında o zamanlar da *pavyon*² olarak adlandırılan, 1950'li yıllara kadar daha çok seçkin kesim tarafından tercih edilen, kaliteli dolayısıyla pahalı gece kulübü vardır. Bu mekân gündüzleri çay ve nişanlar için kullanılır. Park Otel'in bu eğlence mekânlarında düzenlenen Cumhuriyet kutlamaları, kokteyller, dansli-yemekli kutlamalar kentte yaşayanların sosyalleşmesine olanak verir.

Batılı yaşam tarzının deneyimlendiği bir başka alan Türk kültürünün bir parçası olan kahvehanelerin alternatifi pastanelerdir. Pastaneler, o dönemde birbirlerini tanıyan insanların toplandığı sosyal alanlardır (Özdemir 2004). İleri'nin (2013) belirttiğine göre o dönemlerde pastanede uzun süre kalıp kahve içmek, Avrupa'da olduğu gibi, modernliğin bir gereğidir. Park Otel'in dönemin popüler mekânları arasında yer alan, *peşmelba* adındaki tatlısıyla meşhur bir pastanesi (Çizmeçyan 2011) vardır. Batılı hayatın deneyimlenmesinde önemli rol üstlenen bu mekânda birçok kişi modernleşmeyle gelen değişimleri deneyimler. Bu eğilim sadece seçkin kesim tarafından değil, süreç içerisinde toplumun diğer kesimleri tarafından da kabul görmeye başlar (Önen 2018).

Park Otel'deki Personel Yapısı

² Ayrıntılı bilgi için bakınız: Zat, V. (2014). *Rakı Ansiklopedisi*. Pavyonlar maddesi (ss.368-369). İstanbul: Overteam Yayınları.

Park Otel'in personeli çoğunlukla mesleği bilen Rum ve Ermenilerden oluşur. Bu durumun İstanbul'da rahatsızlık uyandırması otel karşıtı ulusalcı kampanyanın başlamasına neden olur (Okday 1986). Tefik Paşa'nın isteği üzerine Nuri Bey konuyu Aram Hıdıryan ile görüşür ve sorununa bir çözüm bulunmasını ister. Ancak dönem, otelde ya da restoranda çalışmanın yaygın olmadığı, hatta bu konuda çekincelerin olduğu, garsonluğun Türk toplumunca ayıp sayıldığı bir dönemdir. Diğer taraftan otelcilik yeni bir meslektir ve hizmet kavramının içeriği net olarak bilinmemektedir. İşletme bu konuda girişimlerde bulunur fakat işe alınan gençlerle müşteriler arasında sorunlar yaşanır. Bu sorunlara ve başarısızlıklara rağmen Park Otel yönetimi vazgeçmez ve Türk gençlerinin işletmede çalışması konusunda başarılı olur. Okday (1986) Türkiye'deki otelciliğin ve lokantacılığın gelişmesini, yüz yıl arayla Almanya'daki gelişmeye benzetir:

Subaylığın ve devlet memurluğunun yegâne şerefli meslek sayıldığı 1800'lerdeki Almanya'da garson olacak Alman pek bulunmaz ve "Alman insanı garsonluk yapamaz" kanaati yaygın olduğundan, o devirlerdeki Alman lokantaları, tıpkı 1930'lardaki İstanbul restoranlarındaki Rum garsonları gibi, İtalyan garsonlarıyla dolup taşardı.

Türk toplumunca garsonluk yapmanın ayıp sayıldığı, yapanların da mesleğin içeriğini bilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığı bir dönemde Park Otel yönetimi bu mesleği Türk gençlerine öğretmek bir başarı örneği sergiler. İlk zamanlar müşterilerle anlaşamayan ve sorun yaşayan çalışanlar, bu mesleğin nasıl icra edildiği konusunda tecrübe edindikçe sorunlar azalır. Kısa sürede Türk gençleri işletmenin başlıca çalışanları olur (Gülersoy 2003). Bu bağlamda Park Otel'in konaklama işletmeciliğine önemli katkılarından birinin yeni mesleklerin icrasını öğretme olduğu söylenebilir.

Park Otel'in Müşteri Profili

Park Otel başarılı menüsü, birinci sınıf orkestrası, kaliteli servisiyle politikacıların yanı sıra edebiyat ve sanat dünyasından seçkin müşterileri ağırlayan bir mekândır. Bunların başında Tür-

kiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk gelir. Okday (1986) Atatürk'ün akşamları arkadaşlarıyla sık sık Park Otel'e yemeğe geldiğinden bahseder. Başbakan Adnan Menderes "ikinci evim" dediği, genellikle toplantılarını yaptığı Park Otel'de 205 numaralı odada konaklar (1954'lü yıllar³). Edebiyat dünyasından Yahya Kemal Beyatlı, Park Otel'de uzun yıllar (1941-1958) kalan, adı Park Otel'le anılan bir diğer isimdir. Bu durum yazarından gazetecisine birçok kişinin otelde onun misafiri olarak bulunmasına vesile olur (Fındıklı 2016). Yahya Kemal ile yazar ve gazete sahibi olan Nadir Nadi burada sık sık buluşurlar (Freely ve Freely 2014). 4 Eylül 1936 yılında İstanbul'a gelen İngiltere Kralı VIII. Edward (Öztürk yy) Atatürk'ün misafiri olarak Park Otel'in seçkin bir ziyaretçisi olur (Okday 1986).

Park Oteli'nin ağırladığı diğer isimler arasında; Mücap Ofluoğlu, Orhan Boran, Bedii Faik, Şevket Rado, Doğan Nadi, Ercüment Karacan, Henry Fonda, Maurice Chevalier, Tino Rossi, Kirk Douglas gibi yıldız sanatçılar sayılabilir (Freely ve Freely 2014; *Rakı Ansiklopedisi* 2014). Jak Deleon (1988) *Cumhuriyet Gazetesi*'nde kaleme aldığı *Keyif Haritasındaki Park Otel* başlıklı yazısında üniversite yıllarında Park Otel'e gittiklerinden bahseder.

Park Oteli'nin Kapanması ve Kapanış Nedenleri

Türkiye'de uluslararası turizm işletmeciliği bağlamında yeni bir dönemin başlangıcına işaret eden ilk önemli atılımlardan biri Hilton Oteli'nin açılmasıdır (1955). Ülke turizmi açısından son derece önemli olan bu yatırım hali hazırdaki işletmeler için bir endişe sebebidir. Ancak açılıştan sonra bu endişelerin yersiz olduğu anlaşılır. Çünkü otelin açılması bölgeye gelen turist sayısının artmasına vesile olur. Asıl sorun Hilton Oteli'nden sonra daha ucuz ya da daha kaliteli hizmet sunan farklı otellerin açılması (Çevik

³ Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı'nda yer alan ve Park Otel tarafından 27 Mayıs 1954 tarihinde hazırlanan belgede (Dosya no:8), Başbakan Adnan Menderes'in 31 Mart 4 Nisan tarihleri arasında otelde konakladığına ilişkin bilgi yer almaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı, 2021). Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://katalog.devletarsivleri.gov.tr>, (Erişim tarihi: 27.12.2021).

2019), yeni kulüplerin eğlence hayatında seçenekleri artırmıştır. Dolayısıyla müşteriler yeni çekim merkezlerine yönelir. Park Otel'in kapanışını hazırlayan bu oluşumlar 1970'li yılların sonuna kadar devam eder. Artık piyasada eskie nazaran kuvvetli bir rekabet vardır. Park Otel, her ne kadar hizmette kaliteyi düşürmese de yenilenmek ve rekabet edebilmek için maddi güce ihtiyaç duyar. Ancak sermaye bulunmadığı gibi yaşlanan Hıdıryan ve otel personelinin de enerjisi yoktur. Otelde ağırlıkla 25 – 40 yıl arası çalışanlar mevcuttur (Gülersoy 2003). Diğer taraftan çok geniş bir alana kurulan otelin personel maliyetleri oldukça yüksektir. Ekonomik açıdan Türk parasının kıymetinin düştüğü bir dönemde sendikaların ağır basarak müstahdem aylıklarını yükseltmesi de oteli maddi anlamda zorlamaktadır (Gülersoy 2003). Otel Rehberi kayıtlarına göre (1965) otelde 212 oda, 330 yatak vardır. Hilton'da tek kişilik oda fiyatı 150 lira, Park Otel'de 50 liradır (Akçura 2009). Hıdıryan, Nuri Bey'e masraf artışı aynı şekilde devam ederse, otelin gelirinin masrafları karşılayamayacağını ve oteli kapatmaya mecbur olacağını, o zaman da ödemek zorunda olacağı tazminatları ödeyemeyeceğini söyler ve oteli artık işletemeyeceği kararını bildirerek ortaklıktan ayrılır. Park Otel 1979 yılında tasfiyeye girip kapanır. Gülersoy (2003) otelin kapanış nedenlerini görünen (otelin uluslararası konfordan uzak olması) ve görünmeyen (Aram Bey'in yaşlanması ve ortaklığın dağılması) nedenler olarak ikiye ayırır.

Bu tarihten itibaren (1979-1993) Park Otel ismi, yerine yeni yapılacak yapıyla ilgili yasalar, yasadışı durumlar ve yapıya karşı olanların tepkileriyle uzun süre gündemde kalan, sonuçlanamayan bir kent problemi ile duyulur. Satışa çıkarılan otele ait tüm eşyalar ve otel TURAŞ A.Ş. tarafından satın alınır. 1979-1980 yıllarındaki yüksek enflasyon sebebiyle inşaat yapılamaz. TURAŞ A.Ş.'ni 1981 yılında Mengerler Şirketi satın alır. Ancak Anıtlar Yüksek Kurulu 11 Şubat 1978 yılında otel için yıkım kararı almıştır. Alınan bu karar 1983 yılında tekrar gözden geçirilir ve otele sadece ek bina yapılmasına karar verilir. Böylece 11 yıl süren bir hukuk mücadelesi başlar (Çevik 2019). Yerinde başlayan otuz üç katlı otel inşaatı

1994 yılında durdurulur, inşaat Alman Konsoloslugu hizasına kadar yiktırılır. Bundan sonra oteli önce Sami Ofer ile Mehmet Kutman daha sonra CVK Madencilik şirketi satın alır (2010). Bu yönetim, oteli *CVK Park Bosphorus* adıyla, 2013 yılında hizmete açar. Günümüzde *Park Bosphorus İstanbul Hotel* adıyla hizmet veren işletme Osmanlı tarzını ve mimarisini modern anlayışla birleştirerek yansıtan ve delüks otel kategorisinde hizmet veren bir işletmedir (CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul 2021).

SONUÇ

Park Otel'in kurum tarihinin incelendiği bu çalışmanın sonucunda işletmenin, otel işletmeciliğinin meslek olarak toplumda kabulü, Türk gençlerine garsonluk mesleğinin öğretilmesi, modern servis yöntemleri, sosyal yaşam pratikleri gibi birçok konuda öncülük yaptığı söylenebilir. Otelin Levantenler tarafından işletildiği bir dönemde Nuri Bey'in otel işletmeciliğine cesaretle adım atması, eleştirilere ve başarısızlıklara rağmen çözüm arayışını bırakmaması, otel girişimciliğinin yanı sıra mesleğin toplumsal anlamda kabulüne bir örnek olabilir.

Tanzimat döneminde başlatılan modernleşme hareketi bir kentin fiziki yapısında olduğu gibi mekânlarında da dönüşümü tetikler. Bu dönüşüm toplumun birçok alışkanlığının (eğlence, yeme içme, giyim vb.) değişmesine zemin hazırlar. Bu anlamda Park Otel, diğer oteller kadar konforlu olmasa da, kendi dönemi içerisinde eski tip konaklama yapılarından farklı olarak gerek konaklama gerekse yeme içme ihtiyacının karşılanmasında modern işletme örneği sergileyen, günümüz otelciliğinin oluşmasına katkı sağlayan önemli işletmelerden biridir. Şehre dışardan gelenlerin konaklama ihtiyacını karşılayan, İstanbul halkı için lokantası, pastanesi ve bar ile dinlenme ve eğlenme mekânı olan bu otel, kendi dönemi içerisinde modernleşme sürecinin önemli adımları olan müzik, dans, yeni yeme içme kuralları, sosyalleşme gibi konularda deneyimler sunan bir uygulama alanı olarak değerlendirilebilir.

Nitelikli hizmet sunumu, çalışan personelin kalitesi, düzenlenen organizasyonlar (gece yemekleri, balolar, kokteyller vb.) Park Otel'in tercih edilmesinde önemli etkenlerdir. Dolayısıyla otel birçok seçkin devlet adamının ve sanatçının ağırlandığı bir mekândır. Bu konuda Aram Hıdıryan'ın yönetimdeki başarısının önemli etkileri olduğu görülmektedir. Sadece müşteri seçiminde değil personel konusunda da titiz davranışlar gösterdiği anlaşılan, bu anlamda işi bilen elemanlarla çalışan Hıdıryan, aynı zamanda işi bilmeyenler için de bir öğreticidir. Günümüzde sektörde işgücü devir oranının yüksek olduğu göz önüne alındığında işletmede 25-40 yıl arası çalışanların olması dikkat çekicidir. Park Otel'in yönetim anlamındaki bir diğer başarısı, müşterilerin ihtiyaçlarını iyi analiz ederek onların bu ihtiyaçlarına cevap verebilecek ürün çeşitlendirme konusundaki girişimidir. Konsolosluk çalışanlarının öğle yemeği ihtiyacını karşılaması otel yönetiminin müşteri ihtiyaç analizini yaptığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda Park Otel, başarılı uygulamaları olan Eskişehir'deki Büyük Otel'e (Türktarhan ve Özel 2014) benzetilebilir.

Park Otel işletmecilikte profesyonel yönetimin, müşteri seçimindeki titizliğin, hizmet kavramının dinamik yapısını yakalayabilmenin, dönemin ihtiyaçlarına cevap verebilen bir çalışma prensibinin ve nitelikli personelin başarıda etkili olan faktörler olduğuna işaret eden bir örnektir. Bu durum "Otel İşletmeciliğinde Fiyaskolar" olarak adlandırılan dönem üzerinden daha rahat anlaşılabilir. Ancak Park Otel'in işletmecilik hayatını devam ettirebilmesi için, otel sahiplerinin rekabet karşısında oteli yenileyebilecek gücü ve sermayeyi bulamaması, işletmenin günümüzde varlığını devam ettiren işletmeler arasında yer almama nedenleri olarak gösterilebilir.

İkincil kaynaklara dayalı gerçekleştirilmiş olan bu kavramsal çalışma gelecekte farklı bakış açılarıyla (rekabet gücü, ürün farklılaştırma, yönetim vb.) yapılacak çalışmalara yön gösterebilecektir. Ayrıca birincil kaynaklar kapsamında Park Otel'in kurumsal tarihinin arşiv belgeleri üzerinden incelenmesi de, gelecek çalışmalarda ele alınabilecek yöntemsel bir yönlendirir.

KAYNAKÇA

- Acar Gürel, D. (2018). Bir Pera Efsanesi: Tokatlıyan Otel. İçinde; N. Kozak (Editör), *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm Kurumlar Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri ve Meslekler* (ss. 493-528). Ankara: Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Akçura, G. (2009). *Park Otel'in On Hali. Lapses: The Pavilion of Turkey 2009 (Venedik Bienali Kitabı) Cilt 3*. İstanbul: İstanbul Kültür Sanat Vakfı.
- Akın, N. (1998). *19. Yüzyılın İkinci Yarısında Galata ve Pera*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Akın Girgin, E. (2005). Cumhuriyet Döneminde Ankara'da Eğlence Mekânları (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Aksöz, E. O. (2018). Turizm Sektörünün 60 Yıllık Okulu: İstanbul Hilton Otel. İçinde; N. Kozak (Editör), *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm Kurumlar Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri ve Meslekler* (ss.459-469). Ankara: Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Bayraktar, A. N. (2016). Başkent Ankara'da Cumhuriyet Sonrası Yaşanan Büyük Değişim: Modern Yaşam Kurgusu ve Modern Mekânlar, *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 4 (1): 67-80.
- Cezar, M. (1991). *XIX. Yüzyıl Beyoğlusu*. İstanbul: Akbank Yayını.
- CVK Park Bosphorus Hotel Istanbul. (2021). Park Hotel'in Tarihi, <https://www.cokhotelsandresorts.com/tr/park-bosphorus-hotel-istanbul/tarihi>, Erişim tarihi: 15 Aralık 2021.
- Çevik, B. (2019). Kentsel İmge ve Siluet Bağlamında Park Otel ve Çevresinin Tarihsel Dönüşümü (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çilli, Ö. (2009). Tanzimat Sonrası Osmanlı Otel Mimarisi ve Pera Palas (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çizmeciyen, L. P. (2011). *İstanbul'da Kayıp Zamanlar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Deleon, J. (1988). Keyif Haritasındaki Park Otel, *Cumhuriyet Gazetesi* (2 Ekim 1988).
- Erdem, Ü. B. ve Hanılçe, M. (2019). Mıgırdıç Tokatlıyan, Tokatlıyan Otelleri, Gazinosu ve Lokantası-Cumhurbaşkanlığı Osmanlı Arşivi Belgelerine Göre, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1): 1367-1390.
- Fındıklı, E. B. (2016). Bir Mekânın Yeniden Üretimi: Park Otel. İçinde; B. Kaya (Editör), *Dolmabahçe Mekânın Hafızası*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Freely, B. ve Freely, J. (2014). *Galata, Pera, Beyoğlu: Bir Biyografi*. (Çev. Yelda Türedi). Ankara: Yapı Kredi Yayınları.
- Giddens, A. (2016). *Modernliğin Sonuçları* (Çev. E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Güçlü Nergiz, H. (2019). Turizm Araştırma Projeleri, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (3): 257-258.
- Gülersoy, Ç. (2003). *Beyoğlu'nda Gezerken*. İstanbul: Çelik Gülersoy Vakfı Yayını.
- Güvemli, O. ve Güvemli, B. (2018). Türk İşletme Tarihi Üzerine, *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Eylül (Özel Sayı): 5-46.

- Hanilçe, M. (2020). Mığırđıç Tokatlıyan: Osmanlı Dönemi Otel İşletmecisi. İçinde; N. Kozak ve M. Kozak (Editörler), *Türk Turizmüne Kanat Gerenler Cilt 2 Konaklama İşletmecileri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- İğüs, E. ve Koç Bolel, P. (2011). MSGSÜ Resim Heykel Müzesi Arşivi, "Leyla Turgut Terekesi Fotoğraflarıyla Hariciye Nezareti (Tevfik Paşa) Konağı", *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3: 65-76.
- İleri, S. (2013). *İstanbul Lale ile Sümbül*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Kabagöz, M. C. (2016). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Eğlenirken Modernleşen İstanbul: Mekanlar, İnsanlar, Tepkiler. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kozak, M. ve Coşar, Y. (2017). Foça Club Med Tatil Köyü: Tarihçesi, Özellikleri ve Türkiye Turizmi için Sonuçları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (1): 39.
- Moğol, M. ve Akoğlan Kozak M. (2018). Tarabya Oteli Kurum Tarihi. İçinde; N. Kozak (Editör), *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm Kurumlar Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri, Meslekler* (ss. 481-492). Ankara: Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Okday, Ş. (1986). *Büyükbabam Son Sadrazam Ahmet Tevfik Paşa*. İstanbul: Ata Ofset.
- Önen, S. (2018). Toplumsal Tarih Çerçevesinde İstanbul'daki Modernleşme ve Eğlence Hayatı, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29: 301-305.
- Özdemir, N. (2004). Eğlence-Müze İlişkisi ve Türk Eğlence Geleneği Araştırma-Uygulama Merkezi. İçinde; Ö. Oğuz ve T. Saltuk Özkan (Editörler), *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Müzelenmesi*. Ankara: Gazi Üniversitesi THBMER Yayını.
- Öztürk, O. M. (yy). Atatürk'ü Ziyaret Eden Yabancı Devlet Adamları, <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/ataturku-ziyaret-eden-yabanci-devlet-adamlari/?pdf=3786>, Erişim tarihi: 13 Ocak 2022.
- Rakı Ansiklopedisi (2014). *Klasik Meyhaneler* (ss.259-261); *Park Otel Lokantası* (ss.365-366). İstanbul: Overteam Yayınları.
- Ricoeur, P. (2021). *Hafıza, Tarih, Unutuş* (Çev. M. Emin Özcan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Savaşır, G. ve Ulutav T. Z. (2012). Türkiye'de Turizm ve Mimarlık Alanında Bir Öncü: TUSAN, II. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı* (ss. 737-753). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Selener, N. (1987). Bir Zamanlar Lokantalar, *Milliyet*, 16 Aralık 1987, <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/3652/001502631006.pdf?sequence=3&isAllowed=y>, Erişim tarihi: 5 Mart 2020.
- Şenyapılı, Ö. (2009). *İsim İsim İstanbul*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Tekeli, İ. (2020). 19. Yüzyılda İstanbul'un Yaşadığı Dönüşümün Siyasal ve Toplumsal Bağlamı, https://www.academia.edu/28066785/19.Y%C3%BCzy%C4%B1lda_%C4%B0stanbuun_Ya%C5%9Fad%C4%B1%C4%9F%C4%B1_D%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C%BCm%C3%BCn_Siyasal_ve_Toplumsal_Ba%C4%9Fam%C4%B1, Erişim tarihi: 5 Mart 2020.
- Tekin, Ö. (2008). Kurum Tarihi Yazımıyla İlgili Sorunlar, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 42 (Kasım): 331-340.
- Turan, Ç., Özdemir Güzel, S. ve Baş, M. (2016). Beyoğlu'nun Yitirilen Değeri Üzerine Kurum Tarihi Çalışması: Tokatlıyan Oteli, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (34): 400-418.
- Türktarhan, G. ve Özel, Ç. H. (2014). Büyük Otel'in İşletmecilik Tarihinin Ürün Farklılaştırma Bağlamında İncelenmesi, III. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı* (ss.448-461). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yakarta Çelebi, E. ve Binan, C. (2011). İstanbul'un Modernleşme Dönemi Otelleri (1840- 1914), *Megaron*, 6 (2): 79-94.
- Yakut, K. ve Obuz, Ö. (2018). Şarkın Gözbebeği: Pera Palas. İçinde; N. Kozak (Editör), *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm Kurumlar Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri ve Meslekler* (ss. 469-481). Ankara: Yıkılmazlar Basın Yayın.
- Yıldırım, M. ve Atalay, I. (2020). Bir Otel İşletmesinin Tarihi Evrelerini Takip Etmek: Alantur Otel Örneği, III. *İşletme Tarihi Konferansı Bildirileri Kitabı* (ss. 124-132). Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Zat, V. (2005). *Eski İstanbul Otelleri*. İstanbul: Bilge Karınca.

Dönüş Çiçek - Nazmi Kozak



Dönüş ÇİÇEK

Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1997). Yüksek lisans derecesini Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Dalı'ndan (2000), doktora derecesini Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2017). 1998-2004 yıllarında Balıkesir Üniversitesi Erdek Meslek Yüksekokulu'nda çalıştı. 2004 yılında Anadolu Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Halen Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, genel turizm, otel işletmeciliği ve sürdürülebilir turizmdir.



Nazmi KOZAK

Afyon'da doğdu. İlkokulu Sultandağı'nda Yeşilçiftlik İlkokulu'nda, ortaöğrenimini ise Yeşilçiftlik Ortaokulu'nda ve Sultandağı Lisesi'nde tamamladı. Çocukluk ve gençlik dönemlerini Sultandağı'nda geçirdi. Daha sonra Çukurova Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1986). Hacettepe Üniversitesi, İşletme Ana Bilim Dalı Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı'nı (1991), Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı'nı tamamladı (1996). Başkent Üniversitesi'nde yardımcı doçent kadrosuna atandı (1998). Doçent unvanını aldı (2006). Anadolu Üniversitesi'nde profesörlük kadrosuna atandı (2011). Halen Anadolu Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Göstergebilim Yaklaşımı Kapsamında Turizm Mitleri Üzerine Bir İnceleme

An Analysis on Tourism Myths Under Semiotic Perspective

Kübra AŞAN*

*Arş. Gör. Dr., Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 57000, Sinop, Türkiye.

E-posta: kubra.asan@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-8739-3585

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 7 Nisan 2021

Birinci düzeltme: 16 Ağustos 2021

İkinci düzeltme: 8 Ekim 2021

Üçüncü düzeltme: 3 Aralık 2021

Kabul: 11 Ocak 2022

Anahtar sözcükler: Turizm iletişimi,
Turizm pazarlaması, Turist davranışı,
Göstergebilim, Turizm mitleri.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 7 April 2021

Resubmitted: 16 August 2021

Resubmitted: 8 October 2021

Resubmitted: 3 December 2021

Accepted: 11 January 2022

Key words: Tourism communication,
Tourism marketing, Tourist behavior,
Semiotics, Tourism myths.

GİRİŞ

İnsanlar tarih boyunca nesne ya da olayları anlamaya ve anlamlandırmaya ihtiyaç duymuştur. Mitler, gerçekliğin ya da doğanın görünümünün anlaşılmasında önemli bir referans olagelmıştır. İlkel mitlerin esas işlevi, yaşam ve ölüm, iyi ve kötü, doğa ve kültür gibi ikilikler üzerine kurulu anlamlandırmalarla, olay ve olguların doğallaştırılmasını sağlamaktır (Lévi-Strauss 2013). Modern dünyada da kitlelerin belli bir durumu normalleştirilmesi ve kabullenmesini sağlayacak şekilde kitle iletişim araçlarıyla çeşitli ideolojilerin yerleştirildiği modern mitler yaratılabildiği

ÖZ

Mitler, ilkel dönemlerde olduğu gibi modern ve geç modern dönemde de olguların anlamlandırılması veya normalleştirilmesi için başvurulan bir dil biçimi olmuştur. Turizmle ilgili süreçlerin anlamlandırılmasında da mitler, epistemolojik bir perspektif ve yeni tartışma alanları açma potansiyeli taşır. Bu bağlamda çalışmada turizm mitleri üzerine genel bir kavramsal çerçeve sunmak amacıyla alanyazın taraması yapılmıştır. Lévi-Strauss'un derin yapısal karşıtlıklar temelinde mit çözümleme yaklaşımı takip edilerek turizmde göstergebilim çalışmaları kapsamında bir derleme çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları turizm mitlerinin, eleştirel ve işlevsel bağlamlarda kavramsallaştırabileceğini ortaya koymaktadır. Eleştirel bağlamda turizm mitlerinde neoliberalizm, postkolonyalizm ve neokolonyalizm ideolojileri öne çıkmaktadır. İşlevsel bağlamda ise turistik deneyim ve destinasyonların tutundurulmasında bir pazarlama dili olarak mitlere başvurulduğu görülmektedir. Çalışma sonuçlarının turizm mitlerinin kavramsallaştırılması ve turizm araştırmalarında gösterge ve mitlerin çözümlenmesi konularında alanyazına katkı sağlaması beklenmektedir.

ABSTRACT

Myths have been a form of language in the modern and late modern era for the sensemaking or normalization of phenomena as in the primitive epoch. Myths also offer an epistemological perspective and new discussion areas in making sense of tourism experiences. In this study, a literature review was conducted to present a general conceptual framework on tourism myths. A review study was carried out within the scope of semiotic studies in tourism by following the myth analysis approach of Lévi-Strauss on the basis of deep structural oppositions. Study findings reveal that tourism myths can be conceptualized in critical and functional contexts. In the critical context, neoliberalism, postcolonialism, and neocolonialism ideologies come to the fore in tourism myths. In the functional context, mythical narratives are applicable as marketing medium of communication to promote destinations and experiences. The results of the study are expected to contribute to the literature with its conceptualization and analysis of tourism myths and the signs in tourism research.

görülmektedir (Barthes 2003). Bu yaklaşımı takiben pek çok araştırmada, neoliberalizmle birlikte yükselen yoğun tüketim hareketini desteklemeye mitlere başvurulduğu, insanların tüketimi doğallaştırması ve daha çok tüketime yönelmesini teşvik edecek reklam tasarımları yapıldığı raporlanmıştır (Chapman 1979; MacCannell 1987; Dağtaş 2012; König vd. 2016).

Turizm yoğun iletişim gerektiren, sosyal ve kültürel bir pratik olmanın yanı sıra modern ve postmodern bir olgu olarak kavramsallaştırılır (Urry 2009; Berger 2011). Dolayısıyla her bir turizm aktörü arasında kurulan iletişimde sembo-

lik anlamlandırmalara dayanan mitlere rastlamak mümkündür. Örneğin tarihi kültürel miras alanlarında ulusalcılık ideolojisinin mitleştirildiğini görmek mümkündür (Knudsen vd. 2014). Bir başka örnek, gerçekte yarattıkları sonuçların sürdürülebilirlik ile çelişmesi bağlamında ekoturizm ya da yeşil işletmeciliğin bir mite dönüşebileceğidir (Erdoğan 2010; Sharpley 2010).

Turizmde mitlerin incelendiği çalışmalar oldukça sınırlıdır. Oysa mitler geçmişe, bugüne ve geleceğe ilişkin yorumlara kaynaklık edebilir (Lévi-Strauss 1962). Mitler, çelişik bir durum ya da bir kandırmacadan çok daha geniş ve zengin anlamlara sahiptir ve derin sosyal yapılarla ilgilidir (Fiske 1996). Bu bağlamda sosyal bir olgu olarak turizmin incelenmesinde mitsel çözümler yeni epistemolojik tartışmalar açabilir. Bununla beraber sıklıkla neoliberal hedeflerle yaratılan modern tüketim mitlerinin olumsuz anlamlarının aksine mitlerin farklı anlamları da sorgulanabilir. Örneğin turizmin kendi doğasına bağlı olarak turist psikolojisi (Bennet 2013; Gros 2017) ve destinasyon geliştirme (Dallabona 2015) gibi konularda mitlerin olumlu işlevsel anlamları da söz konusudur.

Turizmde mitlerin nasıl çözümlenebileceği ve mitlere ilişkin nasıl çıkarımlar yapılabileceğine ilişkin bir temele ihtiyaç olduğu açıktır. Bu ihtiyaçtan hareketle çalışma, turizm mitlerini açıklamayı ve tartışmaya açmayı amaçlamaktadır. Mitlerin sistemli bir şekilde analiz edilmesi için göstergebilim yöntemi başvuru kaynağı olabileceğinden hareketle çalışmada turizm alanında bu yöntemin kullanıldığı çalışmalar çerçevesinde incelemeler yapılmıştır. Bu doğrultuda alanyazın taraması yöntemine başvurulmuş ve bir derleme çalışması gerçekleştirilmiştir. Tarama sonucunda ulaşılan çalışmalarda ifade edilen turizm mitleri, Lévi-Strauss'un önerdiği yapısal karşıtlıklar kapsamında irdelenmiştir. Çalışma sonuçlarının turizm mitlerinin kavramsallaştırılmasına hizmet etmesi hedeflenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilecek alanyazın taramasından önce mit kavramının açıklanmasında fayda vardır. Bu bağlamda

devam eden bölümde sosyal bilim bakış açısıyla mit ve mit çözümlerine ilişkin genel bir açıklama sunulmaktadır. Daha sonra turizm alanındaki mitlere ilişkin kuramsal temellere yer verilmiştir.

Mitler Üzerine

Türk Dil Kurumu'na (2021) göre mitler, "geleceksel olarak yayılan veya toplumun hayal gücü etkisiyle biçim değiştiren alegorik bir anlatımı olan halk hikâyesi, mitos" şeklinde tanımlanmakla birlikte mecazen "efsaneleşen kavram ve kişi" şeklinde de açıklanmaktadır. Bu çalışmada, sosyolojik ve iletişimsel bir olgu olarak ele alınan mitlerin ikinci anlamına odaklanılmıştır. Nitekim mitler tarih boyunca insanlığa eşlik ederek sadece olguları değil, davranışlar ve değerleri içeren gelenekleri de açıklamaktadır (König vd. 2016). Mitler, mistik ve kozmolojik olayları açıklamanın yanı sıra belirli bir toplumsal düzeni ve birey davranışlarını destekleyen sosyal ve psikolojik işlevlere sahiptir (Campbell 1991). Ayrıca Malinowski'e (1926) göre mitler, bir inancı dile getirir, güçlendirir ve düzenler; ahlakın koruyuculuğunu yaparak yürürlükte kalmasını sağlar, insanların idaresi için pratik kurallar getirir.

Mit denildiğinde akla ilk gelen isimlerden biri olan Lévi-Strauss (1962) *Yaban Düşünce* isimli kitabında ilkel mit çözümlerinde göstergebilime başvurmuştur. O dönem dilbilimcilerin kullandığı göstergebilime, bir antropoloji çalışmasında başvuran Lévi-Strauss, kültürün de tıpkı dil gibi semboller bütünü olduğunu ve göstergebilim yöntemiyle çözümlenebileceğini göstermiştir (aktaran Yücel 2005). Lévi-Strauss'a göre mit, derin yapısal ikili karşıtlıklar üzerine kurulu bir öyküdür. En güçlü ve en önemli mitler endişe giderici işlev görürler; herhangi bir ikili karşıtlık yapısında doğal olarak var olan çelişkilere değinirler, bunları tam olarak çözemeler de bunların yaşamanın yollarını gösterirler (Fiske 1996).

Lévi-Strauss, Kuzey Amerika Miti ile çözümlemesini örneklendirmektedir. Bu mitte çok şiddetli ve soğuk olan, estiğinde yaşamı durma noktasına getiren kötü karakter Güney Rüzgârıdır. Anlatıya göre bu rüzgârı yakalayabilen, uysallaştırabilen ve yaşamı yoluna koyan bir folya (vatoz) balığıdır. Bu mit doğanın dost ve düşman

yanları arasındaki karşıtlığı ele almaktadır. Lévi-Strauss'a göre bu mitte bir folya (vatoz) balığının seçilmesinin nedeni, balığın şekli ve rüzgârın varlıksal değişimi arasındaki benzerliktir. Folya balığına yandan bakıldığında neredeyse görünmez iken üstten bakıldığında çok büyüktür. Somutlama mantığına göre folya balığı, dost ve düşman doğa arasındaki karşıtlığı, rüzgârın varlık ve yokluğunu somutlaştırır ve bunlar arasında aracılık yapmaktadır (Fiske 1996). Bu mit, insanın yaşamını sürdürürken doğanın getirdiği zorlukları normalleştirme ve kabullenme sürecinde mitlerin çelişki giderici işlevine güzel bir örnek teşkil etmektedir. Bu örnekte olduğu gibi pek çok mitte doğa/kültür, ölüm/yaşam, vahşi/evcil, eril/dişil gibi karşıtlıklar temelinde mitlerin endişe giderici işlevlerle temellendirildiği söylenebilir. Nitekim önde gelen göstergebilimcilerden Greimas'a (1989) göre de anlamlandırma, farklılıklar ve benzerliklerin algılanması ile gerçekleşmektedir.

Lévi-Strauss'un çalışmaları, göstergebilim kavramlarıyla ilkel mitlerin işleyişini ortaya çıkarmış ve modern mitlerin çalışılmasına öncülük etmiştir (Dağtaş 2012). Bunu izleyen Barthes (2003), mit kavramının yer aldığı bir gösterge modeli geliştirerek, sadece ilkel toplum kültürlerinin değil, modern toplum kültürlerinin de kendine has mitler oluşturabildiğini öne sürmüştür. Doğa ve kültür arasındaki ilişkinin karmaşık bir ürünü olan mit, Barthes'a göre bir şey üzerinde düşünme, onu kavramsallaştırma ya da anlamamanın kültürel yoludur. Barthes (2005) anlamlandırma, *düzanlam* ve *yananlam* olmak üzere iki boyutta incelediği bir gösterge modeli sunar. Düzanlam, göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ve gösterenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini içermektedir. Gönderge, daima gerçek dünyada bir sözcük ya da kavramın işaret ettiği fiili veya bir şeyi ifade etmektedir ve dışsaldır. Yananlam ise göstergenin, kullanıcıların duyguları heyecanları ve kültürel değerleriyle buluşması sonucunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir (Fiske 1996). Modele göre yananlamın göstereni, düzanlamın göstergesidir; yananlamın gösterileni ise mittir.

Barthes mitleri, ideoloji kavramıyla açıklamaktadır. Bu açıklama, yapısalcı Marksist düşünür Althusser'in mitleri, üretim ilişkileri, sınıflar

arası ilişkiler ve insanların yaşadığı dünya ile ilişkilerini yeniden üretmek üzere işleyen, yapılmış bir pratikler bütünü olarak tanımlamasına dayanmaktadır (Dağtaş 2012). Bu bağlamda Barthes'a göre, kitle iletişim araçlarıyla hâkim sınıfın çıkarına olan ideolojiler mitleştirilerek doğallaştırılmaktadır. Dolayısıyla Barthes tarihsel bir mit çözümlemesi yanında, modern mitlerin, tüketime yönelik yeni dünya sisteminin temel değerlerini meşrulaştırma işlevi yürüttüğünü öne sürer (Horzum 2011).

Barthes'ı takip eden çalışmalarda reklamların, kültürel öğeler ve değerlere paralel olarak mitleri de kullandığı desteklenmektedir (König vd. 2016). Modernizmle beraber ortaya çıkan yeni ürün ve hizmet yelpazesi, çok çeşitli yaşam tarzlarını mitleştirmekte, reklamlarda bu yaşam tarzlarına ulaşmanın yolunun o ürünü satın almak olduğu gösterilmektedir (Horzum 2011). Mitsel olarak reklamlar; sınıfsal çelişkileri çözmekte, tüketimcilikle kimlik modelleri sunmakta ya da var olan toplumsal düzeni onaylamaktadır. Özetle reklamlarda kapitalist değerleri ve kapitalist ideolojinin doğallaştırılıp meşrulaştırıldığı yorumuna ulaşmak mümkündür (Barthes 2005).

Barthes'ın çalışmalarındaki temel prensip; kitle kültürü içinde eleştirel olarak bir pozitif-negatif ayrımı yapmak yerine, modern toplumlarının örf, adet ve geleneklerinin nasıl zaman içerisinde "doğallaşır" mite dönüştüğünü ortaya koymaktır. Her ne kadar daha sonra postmodernizme yaklaşarak, mitleri bir moda sistemi içinde açıklamaya yönelmiş olsa da Barthes, kültürel eleştirinin yöntemsel bir aracı haline gelen mit yaklaşımıyla alanyazında önemli bir yer edinmiştir (MacCannell 1987; Dağtaş 2012). Mitlerin bilimsel yorumu veya çözümlenmesi, edebiyat kuramı, psikanaliz, teoloji, sosyal antropoloji, halkbilim ve hatta tarihe uzanan bir yelpazede disiplinler arası bir sosyal bilim düşüncesinin somutlaştığı anahtar alanlardan biridir (Parladır 2006). Turizmde ise göstergebilim çalışmaları olmasına rağmen mitlere odaklanan çalışmaların sayısı sınırlıdır.

Turizmde Mitler

Turizmde modern mitlere ilişkin ipuçları sunan ilk makalelerden biri Urbain'e (2009) aittir. Ar-

tan turizm hareketliliğiyle turizmde özgünlük tartışmalarının başladığı yıllarda Urbain (2009) turizmde sahtelik problemi yaşandığına dikkat çekmektedir. Buna göre hakiki/özgün turistik sunumlar ve özgün olmayan/sahte turistik sunumlar sorun teşkil etmektedir. Bu karşıtlıklar karşısında turistlerin gerçek olanı bulması çok önemlidir. Tam da bu noktada Urbain (2009) turizm pazarlamasında bu çelişkiyi giderecek bir çözüm olarak turizm reklamlarında keşfetme deneyimlerinin yüceltilerek sunulduğunu anlatır. Buna göre turizm pazarlaması uygulamalarında turistlere sahtelik probleminin üstesinden gelecek şekilde "hakiki" yolculuk imgesinin yerleştirildiği içerikler sunulmakta, turistlerin bunu keşfetmesi vaat edilmektedir.

Frederic Gros (2017), *Yürüyüşün Felsefesi* isimli kitabında, hac yolculuklarının ardında yenilenme ve arınma miti yattığına dikkat çekmektedir. Yazara göre hacılığın mistik ideali olarak bireyler, yolculuktan değişmiş olarak dönmeyi umut eder. Dahası kutsal mekanların yakınlığında arınmayı sağlayan, akarsu veya nehir gibi bir doğal kaynak vardır. Hinduların her yıl Ganj Nehri'nde yıkanmalarını örnek veren Gros, hacıların temizlenmek, kendilerinden arınmak adına suya girdiklerinden bahseder. Bu noktada erken dönem turizm kuramlarında Victor Turner'ın (1969) hacılık yaklaşımını hatırlamakta fayda vardır. Turner'a göre turistler, hacılar gibi alışık olunan yerden uzak bir yere hareket eder ve eşiksel (liminality) deneyimler yaşar. Eşiksellik karnavallar, hacılık, ergenliğe geçiş törenleri ya da olağan durumların dışına çıkıldığı ritüeller gibi "sınırdan olma" anlarından bahsetmek için kullanılan, zaman ve mekân dışındaki bir karşıt yapı içinde bulunmayı ifade eder (Urry 2009). Benzer şekilde Tresidder (2011), Durkheim'in kutsal ve dünyevi (*sacred/profane*) karşıtlığı temelinde turizm pazarlamasında turistik değerlerin, kullanılan göstergelerle kutsallaştırıldığına dikkat çekmektedir. Doğa yürüyüşünün sembolik anlamlarına odaklanan Gros (2017) yürüyüşleri hacılık deneyimine benzetmekte, doğa yürüyüşlerinin hac yolculuklarında olduğu gibi doğal kaynaklara yakın, bir değişim süreci ve arınma hissi barındıran etkinlikler olduğunu ifade etmektedir. Buradan hareketle yalnızca hac yolculukları de-

ğil, doğa yürüyüşlerine ilişkin anlatının, ölüm/yaşam, kutsal olmayan/kutsal, fani/ebedi gibi ikilikler içerisinde arabuluculuk yaptığı söylenebilir. Sonuç olarak Gros (2017), doğa yürüyüşlerini kutsallaştırmakta, yüceltmekte, bireylerin varoluşsal kaygılarını giderecek mitsel bir değere sahip olduğuna işaret etmektedir.

Kültürel sosyoloji profesörü Andy Bennett (2013) turizm deneyimlerinin anlamlandırılmasında film ve müzik endüstrisinin etkisini ele almıştır. Bu endüstriler tarafından çeşitli semboller üretilerek tüm dünyada destinasyon imajları geliştirilebilmektedir. Örneğin kültür endüstrisinde orijinal bir *Blues* müzik deneyimi yaşama olanağı olarak, Chicago'da klasik kulüplere gitme ve yerinde deneyim yaşama vaat edilmektedir. Buradan hareketle kültür endüstrileri bağlamında turistik deneyimlerinin mitleştirilebildiği söylenebilir.

Sharpley (2010) küçük ölçekli, yerelden yönetim, kontrol edilebilir düşük olumsuz etkiler, uzun vadeli hedefleri içeren bütünsel yaklaşım gibi ilkelerle 1990'lı yıllardan günümüze sıklıkla başvurulan sürdürülebilir turizm uygulamalarını eleştirmektedir. Yazara göre turizmin parçalı yapısı, turizm işletmelerinin kısa dönemli hedefleri, turizm çeşitlendirilmesi için şart olan eşitsizlikler gibi özellikleri nedeniyle geniş kapsamlı sürdürülebilir bir turizm gelişimi ancak teoride kalmakta ve görgül olarak sürdürülebilirliğin kanıtlanması güçleşmektedir. Temelde kârı en üst düzeye çıkarmak için sözde yeşillenen işletmeleri örnek gösteren Sharpley (2010), sürdürülebilir bir turizm gelişiminin ancak efsanede kaldığını, bir başka ifadeyle mitleştirildiğini ifade etmektedir.

Erdoğan'ın (2010) ekoturizm ve sorumlu turist uygulamalarına dair tespitlerinin yer aldığı çalışma da sürdürülebilirliğin mitleştirilebildiğini desteklemektedir. Erdoğan'a (2010: 69) göre ekolojik sürdürülebilirlik çerçevesine oturtulmuş ekoturizm; kırsal ve doğal alanlarda etki ve faaliyet alanını genişleterek turizm endüstrisinin, kitle pazar tüketimciliği ve bağımlılığı artıran, yerli yaşam formlarını ve ekolojik bütünlüğü yok eden bir pazar politikasına dönüşebilmektedir. Erdoğan'ın (2010) savını desteklediği örnekler-

den biri de, ekoturistlerin çevre bilinci ve sorumluluğuyla hareket ettiği ve iyi niyet sahibi olduğu mitidir. Erdoğan'a göre çoğunlukla öz tatmin ve hazcı deneyimler peşinde olan ekoturistler, bölgenin kültürü ve doğa tarihi ile yakından ilgilenmemektedir. Özetle çalışmaya göre ekoturizm uygulamaları neoliberal harekete hizmet etmek üzere çok sayıda mit oluşturmaktadır. Sharpley (2010) ve Erdoğan'ın (2010) çalışmaları oldukça paralel olmakla birlikte Erdoğan, sürdürülebilir turizme ilişkin mitlerin ardında neoliberal bir ideolojik yerleştirme olduğunu açıkça ifade etmektedir.

Lyons vd. (2012) gönüllü turizm uygulamalarına ilişkin benzer bir bakış sunmaktadır. Çalışmada yazarlar gönüllü turizm yoluyla kültürlerarası anlayış ve karşılıklı saygının artacağı fikrinden yola çıkarak gönüllü turizm deneyimlerinin, diğer kültürlerin daha az ırkçı veya klişeleşmiş bir şekilde algılanması için temel olup olmayacağını sorgulamışlardır. Çalışmada gönüllü turizmin, turistlerin dünya ve öteki hakkındaki görüşlerini değiştirebileceği fikrinin mitsel bir söylem olduğu ileri sürülmekte, büyük tur operatörleri ve kâr hedefleriyle yürütülen gönüllü turizm uygulamalarının neoliberal piyasalara bağlı olduğu ifade edilmektedir. Dahası gönüllü turistleri yönlendiren, iyi durumda olmayan/ötekine yardım etmek fikrinin neoliberalizm tarafından yönlendirilen eşitsizlikleri var etmeye devam ettiği belirtilmektedir.

Alanyazında her ne kadar turizm mitlerine ilişkin ipuçlarına ulaşılsa da sistematik olarak turizm mitlerini analiz eden çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu noktada göstergebilim izlenecek bilimsel bir yöntem olabilir. Araştırmanın devam eden bölümünde doğrudan ve sistemli bir mit analizi içeren göstergebilim çalışmalarına odaklanılmaktadır.

İNCELEME YAKLAŞIMI

Çalışmada turizmde göstergebilim araştırmalarında konu edilen mitleri incelemek üzere alan yazın taraması yapılmıştır. *Web of Science* platformunda 01 Ağustos 2021 tarihinde "tourism myth" anahtar kelimesiyle yapılan tarama sonucunda 301 çalışmaya ulaşılmıştır. Araştırma kapsamına

alınacak çalışmalar için iki ölçüt belirlenmiştir. Bunlar (1) göstergebilim yönteminin kullanılmış olması ve (2) modern veya postmodern mitlerin konu edilmesidir. Bu ölçütleri karşılayan sadece dokuz çalışma tespit edilmiş ve araştırma bu çalışmalar üzerinden yürütülmüştür.

Çalışmada, belirlenen makaleler Lévi-Strauss'un yaklaşımı izlenerek incelenmiştir. Bu yaklaşım araştırmalarda incelenen turizm mitlerini sistemli bir çerçevede sunmayı mümkün kılmıştır. Bir önceki bölümde *Kuzey Amerika Mitleri* örneğinde açıklandığı gibi Lévi-Strauss mitleri derin yapısal karşıtlıklar ve somutlaştırma temelinde açıklamaktadır. Mitler, bu yapısal karşıtlıklar arasında yaşanan çelişkileri gideren ve doğallaştıran somut çözümler sunar (Fiske 1996). Buna göre "yapısal karşıtlıklar", "somutlaştırma" ve "mit" bileşenleri kapsamında çözümleme yapılabilir. Bu çalışmada da araştırma kapsamına alınan makalelerin bulguları ve sonuçları incelenmiş ve Lévi-Strauss modeline göre betimlenmiştir. İlk olarak incelenen makalelerde ulaşılan göstergeler temelinde yatan derin yapısal karşıtlıklar sıralanmıştır. Daha sonra bu karşıtlıklar arasındaki çelişkiyi gideren, somut çözümler üreten bir etkinlik ya da zihin durumu olarak işaret edilen turistik eylemler kaydedilmiştir. Çalışma bulguları tablo halinde (Tablo 1) sunulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışma kapsamında incelenen makalelere ilişkin bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir. Tabloda ilk olarak incelenen makalelere ilişkin tanımlayıcı bilgiler (kaynak, araştırmacının uygulama kapsamı, araştırmacının ilgili olduğu turizm boyutu) yer almaktadır. Daha sonra Lévi-Strauss modeline göre incelenen makalelerin bulguları üzerinde yapılan mit çözümlemesi, derin yapısal karşıtlıklar, somutlaştırma ve mit başlıkları altında tabloda sunulmuştur. Son olarak makalelerin turizm mitlerine bakış açıları değerlendirilerek ulaşılan çıkarımlar eleştirel ve işlevsel olma durumlarına göre "yaklaşım" adı altında tanımlanmış ve tabloya eklenmiştir.

İlk olarak tabloda yer alan mitlerin işlevselliğine dikkat çeken çalışmalar değerlendirildiğinde, Johns ve Clarke'in (2001) çalışması mitlerin tu-

Tablo 1. Turizm Mitleriyle İlgili Çalışmalar

Araştırma bilgileri			Mit çözümlemesi (Lévi-Strauss)				Yaklaşım
Kaynak	Kapsamı	İlgili Turizm Boyutu	Derin yapısal karşıtlıklar	Somutlaştırma	Mit		
Hopkins (1998)	Huron Gölü/Kanada tanıtım materyalleri	Destinasyon, Kırsal turizm, Turist davranışı	Kent Yapay çevre Toplum Hızlı Yerel olmayan	Kır Doğal çevre Topluluk Yavaş Yerel	Huron Gölü'nde kırsal turizme katılmak	Özgün kırsal turizm deneyimi miti - Tüketim miti	Eleştirel
Johns ve Clarke (2001)	İngiltere Norfolk Broads tekne gezileri ziyaretçi deneyimleri	Turist davranışı, Tekne turizmi	Sıradan Aynılık Şehir Sıkıcı Pasif deneyim	Sıra dışı Farklılık Doğa Eğlenceli Aktif deneyim	İdeal tekne deneyimlerini vaat eden tekne turlarına katılmak	İdeal tekne deneyimi miti	İşlevsel
Waitt ve Head (2002)	Avustralya/ Kimberley'e ait kartpostallar	Destinasyon, Turist davranışı, Yerel halk	İnsan Uygar Toplum Yakın Merkez Mülkiyet Sömüren	Hayvan Vahşi Doğa Uzak Sınır Sahipsiz topraklar Sömürülen	Bir destinasyon olarak otantik Kimberley temsilleri - (Aslında Aborjinlere ait olan) sahipsiz topraklar algısı yaratılması	Son sınır (frontier) destinasyon miti - Neokolonyalizm miti	Eleştirel
Nelson (2005)	Grenada turistik tanıtım materyalleri	Destinasyon	Öteki olmayan Tanıdık Yapay Pasif deneyim	Öteki Egzotik Doğal Aktif deneyim	Grenada'yı ziyaret etmek	Grenada otantik turizm deneyimi mitleri	İşlevsel
Kane (2013)	Yeni Zelanda'da bungy jumping yapan öncü maceracılar	Turist davranışı, Macera turizmi	Tanınmayan Çekimser Sıradan İmkânsız Talihsiz macera	Tanınmış Meydan okuyan Sıra dışı Mümkün Erişilebilir macera	Öncü maceracıların varlığı ve temsilleri	Erişilebilir macera miti	İşlevsel
Knudsen, vd. (2014)	Danimarka'daki Frederiksstadten bölgesi Amalienborg Sarayları	Destinasyon, Kültür turizmi	Danimarka'dan olmayan Topluluk Ulusal olmayan Zayıf Fakirlik İtibarsız Gösterişsiz	Danimarkalı Toplum Ulusal Güçlü Zenginlik Saygın Gösterişli	Amalienborg Sarayları, kraliyet ve devlet sarayları, kültürel miras alanlarını ziyaret etmek ve bu alanlardaki milli değerlere saygı duymak, onurlanmak	Ulusalçılık miti	İşlevsel
Dallabona (2015)	İtalya temalı lüks Hotel Missoni Edinburgh ve Maison Moschino otel temsilleri	İşletme	İtalyan olmayan (moda, ürünler, gastronomi unsurları)	İtalyan olan (moda, ürünler, gastronomi unsurları)	İtalyan modası temalı otellerde kalarak lüks İtalyan deneyimi yaşamak	Ulusalçılık (İtalya) miti - Tüketim miti	İşlevsel
Crăciunescu (2016)	Jamaika turistik tanıtım afişleri	Destinasyon	Benlik Sömürgeci Egzotik olmayan Tüketen Gelişmiş	Ötekilik Sömürülen Egzotik Tüketilen Gelişmemiş	Jamaika turistik tüketim deneyimleri	Tüketim miti - Postkolonyalizm miti	Eleştirel
Banik (2017)	Kuzey Doğu Hindistan tanıtım broşürleri	Destinasyon	Tekdüze Fakirlik Çok bilinen Hindistan Modern Yakın Çirkinlik	Çeşitlilik Zenginlik Çok fazla bilinmeyen Hindistan Geleneksel Uzak Güzellik	Bir destinasyon olarak Kuzey Doğu Hindistan temsilleri	Keşfedilmemiş cennet miti - Postkolonyalizm miti	Eleştirel

rist davranışı bağlamında incelemesine örnektir. Barthes'ın gösterge modeli izinde mitlerin, turist motivasyonlarını ve deneyimlerini şekillendirebileceğini ifade eden Johns ve Clarke (2001), İngiltere Norfolk Broads bölgesinde tekne gezisine katılan turistlerle yapılan çalışmalarında sıradan/sıra dışı, sıkıcı/eğlenceli, aynılık/farklılık gibi karşıtlıklar temelinde öne çıkan nitelikleri barındıran ideal tekne turizmi deneyimlerinin mitleştirildiğini öne sürmektedir. Turistler bu deneyimlere ulaşma motivasyonu ile gezilere katılmaktadır. Johns ve Clarke'e (2001) göre turistler mitlere inandığı ölçüde mitler işlevsellik kazanır. Bu bağlamda turist davranışını anlama noktasında mitlerin başvuru noktası olduğu görülmektedir.

Knudsen vd. (2014), Barthes'in izinden giderek turistik alanlardaki ideolojik yerleştirmelere ilişkin dikkat çeken bulguları raporlamışlardır. Danimarka'da bulunan tarihi Frederiksstaden Bölgesi ve Amalienborg Sarayı örneğinde göstergebilimsel bir inceleme yapan Knudsen vd. (2014) bu destinasyonlarda ulusalcılık ideolojisine ilişkin çok sayıda sembol olduğunu kaydetmişlerdir. Çalışmaya göre bu kültürel miras alanlarındaki Danimarka kimliği ve kraliyete ait güç ve zenginlik göstergeleri ulusalcılık ideolojisini beslemektedir. Lévi-Strauss'a göre okunduğunda ulusal olmayan/ulusal, gösterişli/gösterişsiz, fakir/zengin gibi yapısal karşıtlıklar üzerinden Danimarka kimliğinin yüceltildiği, bu alanları ziyaret etmenin ise ulusalcılık ideolojisini besleyeceği anlaşılmaktadır. Ayrıca yazarlar, destinasyon kimliği ve imajı geliştirme konusunda sembolik anlam inşa etme süreci olarak mitlerin işlevselliğine dikkat çekmektedir. Dolayısıyla çalışma turizm mitlerinin işlevsel yorumuna bir örnek olarak kaydedilmiştir.

Ulusal kimliğin öne çıktığı bir başka çalışmada Dallabona (2015), Birleşik Krallık'ta bulunan lüks İtalyan modasını tema alan iki farklı otel işletmesinin marka temsillerine odaklanarak bir toplumsal göstergebilim araştırması yürütmüştür. İtalyan olan/İtalyan olmayan karşıtlığı üzerinden geliştirilen sembolik anlatımlarla İtalyan ulusal kimliğinin, pazarlama söylemleriyle mitleştirildiğini ifade eden Dallabona (2015), bu mit oluşturma sürecinin küyerelleşme (glocalisation) kapsamında rekabetteki işlevselliğine dikkat çekmek-

tedir. Lévi-Strauss'a göre okunduğunda otellerin, İtalya'ya özgü lüks değerlerle ayrıcalıklı bir deneyim vaat ettiği anlaşılmaktadır. Çalışma ulusal kimlik mitinin, turizm pazarlamasındaki araçsal rolüne işaret etmektedir. Bu bakımdan mitlerin kavramsallaştırılmasında işletmeler açısından işlevsel bir yaklaşım izlendiği görülmektedir.

Bir başka araştırmada Kane (2013) Yeni Zelanda örneğinde alanlarında tanınmış ve öncü olan maceracıların söylemlerini konu edinmiştir. Macera turizm pazarı için bir çeşit kanaat önderi olarak tanımlanabilecek bu bireyler, imkânsız görünen riskli, zor, beceri gerektiren faaliyetleri tamamlayarak alanlarında ün yapan kişilerdir. Yazara göre bu kişiler, imkânsız denebilecek macera deneyimlerini başarıyla yapabildikleri için söz konusu macera deneyimlerinin erişilebilir olduğunu ya da yapılabileceğini göstermektedir. Lévi-Strauss'a göre okunduğunda sıradan/sıra dışı, imkânsız/mümkün gibi karşıtlıklar arasındaki çelişkiyi giderecek şekilde bu maceraperest öncülerin, erişilebilir bir macera turizmi deneyimini mitleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın da mitlerin işlevsel yorumuna örnek teşkil ettiği belirtilebilir.

Nelson (2005) ise destinasyon pazarlamasında mitlerin analizine ilişkin örnekler sunmaktadır. Karayipler'de bir ada ülkesi olan Grenada'nın tanıtım materyalleri üzerinde insanlar, yer ve doğa bağlamında göstergebilimsel incelemeler yapan Nelson (2005), turist bakışına göre öteki/öteki olmayan, tanıdık/egzotik gibi yapısal karşıtlıklar temelinde Grenada destinasyon temsillerinin mitleştirildiğini öne sürmektedir. Ülkede turizm sisteminin Avrupalılara bağlı olmasından dolayı neokolonyalizm ideolojine ilişkin bazı ipuçları sunmakla birlikte yazar, çalışmanın genelinde mitlerin turistik tanıtımlardaki işlevlerine ilişkin çıkarımlar sunmaktadır.

Benzer bir çalışma Waitt ve Head (2002) tarafından Avustralya Kimberley'de yapılmıştır. Çalışmada turistlerden bölgeyle ilgili kartpostalları okumaları istenmiştir. İnsan/hayvan, yakın/uzak, uygar/vahşi gibi karşıtlıklar temelinde okunduğunda ilkellik ve ötekilik gibi anlamlara sahip bu destinasyon yazarlara göre turistlerce "son sınır (frontier) destinasyon" şeklinde mitleştirilmek-

tedir. Çalışmaya göre turizm uygulayıcıları ve politikacılar tarafından tasarlanan bu kartpostallar, uçsuz bucaksız ve sahihsiz toprakları, egzotik ve macera dolu deneyimler vaat eden bir mite dönüştürmektedir. Ancak bu temsiller bölgenin yerel halkı Aborijinlerin haklarının teslim edilmesi bağlamında sorunlara işaret etmektedir. Buna göre kartpostallarla kamuya açık coğrafi bir tahayyül yaratılarak Aborijin halkının, topraklarıyla olan bağlantısının kesilmesine hizmet edecek bir algı yaratılması söz konusudur. Bu durumu Aborijin temsillerinin ve haklarının sömürüsü şeklinde yorumlayan yazarlar, bu örnek üzerinden neokolonializm ideolojisinin turistik kartpostallarla üretilebileceğini öne sürmektedir. Buna göre Waitt ve Head'ın (2002) bu çalışmasının neokolonial ideolojiyi işaret eden eleştirel bir yaklaşım izlediği görülmektedir.

Banik (2017) güvenlik kaygılarıyla uzun bir dönem kapalı kalan Kuzey Doğu Hindistan bölgesinin turizme kazandırılmasında yürütülen tanıtım kampanyasının broşürleri üzerine göstergebilim yöntemiyle bir inceleme yapmıştır. Buna göre bölgenin halihazırda bilinen Hindistan'dan ne denli farklı, zengin, uzak, güzel, egzotik olduğu gibi özellikleri anlatılarak keşfedilmeyi bekleyen bir cennet miti ile tanıtıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dahası yazara göre keşfedilmemiş cennet mitinin gerisinde postkolonyalizm ideolojisi yer almaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın eleştirel bağlamda turizm mitlerine ilişkin örnek teşkil ettiği söylenebilir.

Crăciunescu (2016) turizmin, postkolonyal ilişkilerle gömülü olduğu ve postkolonyalizmi güçlendirdiğini öne sürerek, postkolonyal söylemlerin ortaya çıkarılmasında yönetsel yaklaşım olarak göstergebilimi önermektedir. Jamaica turizm görselleri üzerinde inceleme yapan Crăciunescu'ya (2016) göre postkolonyal toplumlarda sunulan egzotik turistik deneyimler temelde tüketim deneyimidir ve benlik/ötekilik, batı/doğu, sömürgeci/sömürülen yapısal karşıtlıkları üzerinden yorumlanabilir. Tüketim ve postkolonyalizm ideolojisine ilişkin çıkarımlar yapıldığından bu çalışmada da eleştirel yaklaşım izlendiği kaydedilmiştir.

Turizm mitlerinin kullanımına ilişkin göstergebilim yöntemiyle kanıtlar sunan ilk çalışmalardan biri, Hopkins'e (1998) aittir. Huron Gölü/Kanada destinasyonuna ilişkin tanıtım materyallerini inceleyen Hopkins'in (1998) çalışmasına göre materyallerde kent/kır, yapay çevre/doğal çevre, hızlı/yavaş, yerel olmayan/yerel gibi karşıtlıkları temelinde anlamlar inşa edilmektedir. Örneğin topluluk ve toplum, sırasıyla kır ve kent yaşamındaki sosyal ilişkilerin ifadesidir. Bunlardan ilki, gerçek ve organik yaşamı anlatan, topluluk (gemeinschaft) diğeri ise hayali ve mekanik bir yapıyı ifade eden toplumdur (gesellschaft) (Tönnies 1955). Buna göre karşıtlıkların yarattığı gerilimi gidermek üzere Huron Gölü, ayrıcalıklı bir kent sınıfı için rekreasyonel bir eğlence ortamı sunmaktadır. Kent yaşamından, kentin yapay çevresi, hızı ve sunduğu yüzeysel ilişki atmosferine karşın destinasyon, kırsal doğal güzellikler, eşsiz deneyimler, sakinlik ve dinginlik, aile ve komşuluk gibi yakın ilişkiler sunmaktadır. Burada kentli insanlara, kırsal turizm faaliyetlerine katılarak şehirde kendi ortamlarında yaşadıkları gerilimi azaltan doğaya dönük ve özgün deneyimler vaat edilmektedir. Çalışmanın bulguları Lévi-Strauss'a göre okunduğunda, kent yaşamına ilişkin olumsuzlara karşı kır yaşamına ilişkin olumlu anlamların yüceltildiği ve "özgün kırsal turizm deneyimlerinin" mitleştirildiği anlaşılmaktadır. Hopkins (1998) eleştirel bir yaklaşım izleyerek kırsal turizm etkinliklerine katılmamanın özünde bir turistik deneyim tüketimi olduğuna dikkat çekmekte ve "özgün kırsal turizm deneyimi" mitinin tüketimciliğe hizmet ettiğini belirtmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmada turizmle ilgili olay ve olguları anlamlandırmak için bir başvuru kaynağı olarak mitler tartışmaya açılmıştır. İncelenen araştırmalarda, çok farklı ve çeşitli konularda, yoruma dayalı olarak sunulan turizm mitlerine ilişkin bulgular, bu çalışmada ortak bir çerçevede bir araya getirilerek sunulmuştur. Çalışma turizmde mitlerin anlamlandırılması ve çözümlenmesine ilişkin alanyazındaki temel yaklaşımlara ilişkin çıkarımlar sunmaktadır. Buna göre alanyazında

turizm mitlerinin işlevsel yaklaşım ve eleştirel yaklaşım bağlamında kavramsallaştırılabileceği görülmüştür.

İlk olarak eleştirel yaklaşım bağlamında turizm mitlerinin, turizm endüstrisinin turistik tüketimleri doğallaştırmak üzere ürettiği ve neoliberalizm ideolojisine dayanan söylemler içerebildiği görülmektedir. Bu görüşe göre sermayedar işletmeler, tüketici turistler ve yerel halkın taraf olduğu çatışma durumlarında, mitler çoğunlukla işletmelerce yaratılmış ve işletmelerden yanadır. Özellikle sürdürülebilir turizm kalkınmasıyla net bir biçimde çelişik görülen bu neoliberal tüketim mitleri eleştirel çalışmalara konu olmaktadır. Ayrıca postkolonyalizm ve/veya neokolonializm ideolojileri de turizm mitlerinde görülebilmektedir. Buna göre eleştirel yaklaşım içinde turizm mitleri, sömüren/sömürülen, gelişmemiş/gelişmiş ilkel/uygar gibi derin yapısal karşıtlıkları normalleştirmek üzere otantik turizm deneyimlerinin vaat edildiği ve postkolonyalizm ve/veya neokolonializm ideolojilerinin beslediği bir turistik söylem olarak okunabilir.

İkinci olarak işlevsel bağlamda turizm mitlerinin destinasyon pazarlama, imaj geliştirme, turist davranışını anlama gibi konularda hizmet ettiği söylenebilir. Buna göre turizm pazarlamasında mitlerin kullanılması -bir diğer ifadeyle kültürel bağlamda tüketicilere hitap edecek yananamların dahil edilmesi- etkili bir pazarlama iletişimi yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Dahası bu yaklaşıma göre turist davranışının açıklanmasında da mitsel çözümlemelere başvurulabileceği anlaşılmaktadır.

Turist davranışı açısından bakıldığında mitler, bir yer değiştirme eylemi olarak turizm hareketliliğinin psikolojik ve sosyal boyutlarda beklenen deneyimsel çıktılarıyla ilgilidir. Burada turizm hareketliliği, endüstriyel aktörler tarafından kurgulanan bir ekonomik olaydan ziyade yer değiştirme eylemiyle ortaya çıkan potansiyel bir zihinsel durumu ifade etmektedir. Bu açıdan incelendiğinde turizm mitleri, Lévi-Strauss'un mit kavramsallaştırılmasına daha çok yaklaşmaktadır. Kendi işleyişini gizleyen ve anlamlarını doğalmış gibi sunan bir mit anlayışı yerine Lévi-Strauss'a göre mitlerin işleyişi açıktır, sade-

ce bir sınıfın değil tüm toplumun ya da insanlığın endişelerini giderme rolü üstlenebilir (Fiske 1996). Turist davranışındaki mitlere bakıldığında temel karşıtlıkların insanlık, doğa ya da yaşamla ilgili soyut yapılarla ilgili olduğu görülmektedir. Gros'un (2017) doğa yürüyüşlerinde var olduğunu iddia ettiği yenilenme veya arınma miti buna örnek gösterilebilir. Anlaşılacağı üzere burada sınıfsal karşıtlıklardan farklı olarak ölüm/yaşam ya da yok oluş/varoluş gibi tüm insanlığı ilgilendirebilecek soyut yapılar arasındaki karşıtlıklar söz konusudur. Temelde de turizm ve rekreasyon etkinlikleri doğrudan insanların iyi oluşuna hitap etmektedir. Elbette turist davranışını açıklayabilen mitlerin, pazarlama faaliyetlerinde tüketici davranışı kapsamında dikkate alınması söz konusu olabilir. Ancak sadece ekonomik bir olay olarak değil, sosyo-kültürel ve hatta çevresel bir olay olarak turizm ilişkilerinin açıklanabilmesinde mitler katkı sağlayabilir.

Sosyal, psikolojik ve fizyolojik işlevlerine bakıldığında mitler, abartı ya da kandırmaca gibi olumsuz anlamlardan çok daha fazlasını işaret eder. Dahası her mit aynı zamanda karşıt bir mit barındırır (McKercher ve Prideaux 2014). Örneğin "turizm çevreyi tahrip eder" ve "turizm çevreyi korur" mitleri karşıt iki miti oluşturmaktadır. Karşıt mitler çalışma alanının çok disiplinli epistemolojik gelişimini teşvik eden verimli bir araştırma gündemi sunmaktadır. Bu bağlamda mitlerin turizm akademisi için yeni tartışma alanları sunacağı açıktır.

Eleştirel yaklaşıma, çoğunlukla işletmecilik disiplininin beslenen turizm alanyazınında sıklıkla rastlanmamaktadır. Ancak turizm yukarıda da ifade edildiği üzere işletme sınırlarının ötesinde sosyal bir olay olduğundan, kültür teorileri ve ekonomi-politik teorileriyle temellendirilmiş çalışmalarla yeni tartışma konuları açılabilir. Özellikle neoliberalizm ve tüketimcilik üzerine görgül kanıtlarla desteklenebilecek çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu noktada ideolojilerin somutlaştırılması ve tartışma zemini yaratma bağlamında mit çözümlemeleri önemli bir yöntemsel yaklaşım olacaktır.

Çalışma, tarama sırasında ulaşılabilen makalelerle sınırlıdır. Ayrıca bilgisine ulaşılan turizm

mitleri, sistematik bir sunuş sağlayabilmek için Lévi-Strauss'un yaklaşımı kapsamında temellendirilmeye çalışılmıştır. Lévi-Strauss'un modeli yanı sıra Barthes (2005) ya da Chapman (1986) modelleri de mit analizlerinde kullanılabilir. Mitlerin bilimsel ve sistematik bir şekilde çözümlenmesinde göstergebilim yöntemi önemli bir başvuru kaynağıdır. Gelecek çalışmalarda sadece pazarlama materyalleri değil, turistik değerler, objeler, coğrafi unsurlar ve hatta kişiler ve topluluklar bazında mit çözümlenmeleri yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Banik, S. (2017). Stereotyping India's North East: Examining the in Tourism Discourse, *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 9 (3): 210-216.
- Barthes, R. (2003). *Çağdaş Söylenler*. (Çev: T. Yücel). İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, R. (2005). *Göstergebilimsel Serüven*. (Çev: M. Rifat ve S. Rifat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berger, A. A. (2011). Tourism as a Postmodern Semiotic Activity, *Semiotica*, 2011 (183): 105-119.
- Bennett, A. (2013). *Kültür ve Gündelik Hayat*. (Çeviri: N. Tokdoğan, B. Şenel ve U. Y. Kara, T.). Ankara: Phoenix.
- Campbell, J. (1991). *The Power of Myth*. New York: Anchor Books.
- Chapman, S. (1979). Advertising and Psychotropic Drugs: The Place of Myth in Ideological Reproduction, *Social Science & Medicine. Part A: Medical Psychology & Medical Sociology*, 13: 751-764.
- Chapman, S. (1986). *Great Expectations: Advertising and the Tobacco Industry*. Londra: Comedia Pub.
- Crăciunescu, A. (2016). On Methodology and (Post) Colonialism in Tourism Promotional Language, *AlmaTourism*, (Özel Sayı N. 5): 125-133.
- Dağtaş, B. (2012). *Reklamı Okumak*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Dallabona, A. (2015). Luxury Fashion Flagship Hotels and Cultural Opportunism: The Cases of Hotel Missoni Edinburgh and Maison Moschino, *Hospitality and Society*, 5 (2-3):117-143.
- Erdoğan, İ. (2010). *Ekoturizmin Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. İçinde; *Orman Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında TODEG* (ss. 65-83). Ankara: Türkiye Ormanlıklar Derneği.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev: S. İrvan). Ankara: Ark Yayınları.
- Greimas, A. J. (1989). On Meaning, *New Literary History*, 20 (3): 539-550.
- Gros, F. (2017). *Yürümenin Felsefesi*. (Çev: A. Ulutaşlı). İstanbul: Kolektif Yayınları.
- Hopkins, J. (1998). Signs of the Post-Rural: Marketing Myths of a Symbolic Countryside, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 80 (2):65-81.
- Horzum, I. (2011). Reklamlarda İşlenen Modern Mitler ve Yeşil Mitin Göstergebilimsel İncelemesi, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 6 (1): 30-41.
- Johns, N. ve Clarke, V. (2001). Mythological Analysis of Boating Tourism, *Annals of Tourism Research*, 28 (2): 334-359.
- Kane, M. J. (2013). New Zealand's Transformed Adventure: From Hero Myth to Accessible Tourism Experience, *Leisure Studies*, 32 (2): 133-151.
- Knudsen, D. C., Rickly-Boyd, J. M. ve Greer, C. E. (2014). Myth, National Identity, and The Contemporary Tourism Site: The Case of Amalienborg and Frederikssten, *National Identities*, 16 (1): 53-70.
- König, J. C. L., Wiedmann, K.-P., Hennigs, N. ve Haase, J. (2016). The Legends of Tomorrow: A Semiotic Approach Towards a Brand Myth of Luxury Heritage, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 26 (2): 198-215.
- Lévi-Strauss, C. (1962). *La Pensée Sauvage*. Paris: Plon.
- Lévi-Strauss, C. (2013). *Mit ve Anlam*. (Çev: G.Y. Demir). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Lyons, K., Hanley, J., Wearing, S. ve Neil, J. (2012). Gap Year Volunteer Tourism. Myths of Global Citizenship?, *Annals of Tourism Research*, 39 (1): 361-378.
- MacCannell, D. (1987). *Marketing and Semiotics: 'Sex Sells': Comment on Gender Images and Myth in Advertising*. Mouton: De Gruyter.
- Malinowski, B. (1926). *Myth in Primitive Psychology*. Londra: Kegan.
- McKercher, B. ve Prideaux, B. (2014). Academic Myths of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 16: 16-28.
- Nelson, V. (2005). Representation and Images of People, Place and Nature in Grenada's Tourism, *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 87 (2): 131-143.
- Parladır, H. S. (2006). Mit Simgeçiliği ve Mitin Yapısal Çözümlemesi, *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 4 (12): 1-19.
- Sharpley, R. (2010). The Myth of Sustainable Tourism. CSD Working Papers Series 4: 1-14 2009/2010, http://www.uclan.ac.uk/schools/built_natural_environment/research/csd/files/CSD_Working_Paper_4_Sustainable_Tourism_Sharp-ley.pdf, Erişim tarihi, 4 Mart 2020.
- Tresidder, R. (2011). The Semiotics of Tourism. İçinde; P. Robinson, S. Heitmann ve P. Dieke (Editörler) *Research Themes for Tourism* (ss.59-69). Cambridge: CABI Publishing.
- Tönnies, F. (1955). *Community and Association: (Gemeinschaft und Gesellschaft)*. Londra: Routledge.
- Turner, V. W. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Londra: Routledge.
- Türk Dil Kurumu. (2021). Türk Dil Kurumu: Sözlük: Mit. Türk Dil Kurumu Sözlükleri Resmi Web sitesi, <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim tarihi: 10 Ağustos 2021.
- Urbain, J. (2009). Yolcu ve İkizi "Sahte" Karmaşası, *Cogito Turist: Modern Çağın Seyyahı*, 59: 67-80.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*. Ankara: Bilgesu Yayınevi.
- Waite, G. ve Head, L. (2002). Postcards and Frontier Mythologies: Sustaining Views of The Kimberley as Timeless, *Environment and Planning D: Society and Space*, 20 (3): 319-344.
- Yücel, T. (2005). *Yapısalcılık*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Göstergebilim Yaklaşımı Kapsamında Turizm Mitleri Üzerine Bir İnceleme



Kübra AŞAN

Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi'nden Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2010). Yüksek lisans ve doktora derecesini Anadolu Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2013/2018). Anadolu Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2010). Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır (2018-). Temel çalışma alanları, turist davranışı, açık alan rekreasyonu, sürdürülebilir turizm ve etkinlik yönetimidir.

Sosyal Medyada Seyahat İmrenişinin Seyahat Etme Niyetine Etkisi

The Effect of "Travel Envy on Social Media" on Intention to Travel

Ferhat ŞEKER*, Ahmet ERDEM**, Kamil UNUR***

* (Sorumlu Yazar) Arş. Gör. Dr., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 01250, Adana.

E-posta: fseker@atu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6397-1232

** Arş. Gör. Dr. Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, 63000, Şanlıurfa.

E-posta: ahmeterdem@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8120-3958

*** Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 33110, Mersin.

E-posta: kunur@mersin.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2992-7427

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 26 Ağustos 2021

Birinci düzeltme: 12 Kasım 2021

İkinci düzeltme: 5 Ocak 2022

Üçüncü düzeltme: 8 Şubat 2022

Kabul: 17 Şubat 2022

Anahtar sözcükler: Sosyal medya, Seyahat imrenişi, Seyahat etme niyeti, Sosyal karşılaştırma teorisi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 26 August 2021

Resubmitted: 12 November 2021

Resubmitted: 5 January 2022

Resubmitted: 8 February 2022

Accepted: 17 February 2022

Key words: Social media, Travel envy, Intention to travel, Social comparison theory.

ÖZ

İmrenme, başkasının yaptığını yapmış olmayı istemek ya da başkasının sahip olduğuna sahip olmayı dilemek olarak tanımlanırken, seyahate imrenme; başkasının yapmış olduğu bir seyahati yapmış olmayı arzu etmektir. Sosyal medyada seyahat imrenişi ise bir kişinin başkaları tarafından sosyal medyada yapılan seyahat, gezi, tatil paylaşımlarını gördüğünde "keşke ben de gidebilmiş olsaydım" şeklinde imrenmesidir. Sosyal medyada seyahat imrenişinin seyahat etme niyetine etkisinin yapısal eşitlik modellemesi kapsamında araştırıldığı çalışmada 775 adet geçerli anket toplanmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda sosyal medyada görülen seyahat paylaşımlarına imrenmenin, seyahat etme niyeti üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım kalıplarının da incelendiği çalışmada katılımcıların çoğunun günde *bir-üç saat* sosyal medyada vakit geçirdikleri, tatil fotoğraflarını *sık sık* paylaştıkları, sosyal medyayı en çok *arkadaşlarını takip etme* amacıyla kullandıkları ve en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının *Instagram* olduğu görülmüştür. Ayrıca cinsiyet, medeni durum, yaş ve seyahat etme sıklığına göre sosyal medyada seyahat imrenişinin anlamlı bir şekilde farklılaştığı belirlenmiştir.

ABSTRACT

While envy is defined as wanting to have done what someone else has done, or wishing to have what someone else has, travel envy can be defined as wishing to have made a trip that someone else has made. Travel envy on social media is the envy of a person as "I wish I could go, too" when he/she sees travel, trip, vacation posts made by others on social media. 775 valid surveys were collected in the study, which investigated the effect of travel envy on the intention to travel on social media within the scope of structural equation modelling. As a result of the analysis, it was found that envy of travel posts on social media has a strong effect on the intention to travel. In the study, which social media usage patterns were also examined, it was observed that most of the participants spent *1-3 hours* a day on social media, shared their vacation photos *frequently* on social media, used social media most to *follow their friends*, and the most commonly used social media application was *Instagram*. In addition, it was determined that travel envy on social media differed significantly according to gender, marital status, age and frequency of travel.

GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesi ile yaşamımızda büyük bir yer edinen sosyal medya platformları, insanlara çevrimiçi bir ortamda kendilerini sunma, diğer insanlarla bağlantı kurma ve onlarla iletişim

haline geçebilme gibi imkanlar sunmasından dolayı, günümüzde bir çok kişi ve kurum tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya sitelerinin başında gelen Facebook 2009 yılında 300 milyon aktif hesaba sahipken on yıl içerisinde bu sayı yedi kat arttı ve 2019 yılı itibarıyla 2,3

milyar aktif Facebook hesabı bulunmaktaydı. Facebook kullanmayan ancak diğer sosyal medya hesapları (Instagram, TikTok, Twitter, Youtube vb.) bulunan kişiler de hesaba katıldığında 2021 yılı itibarıyla dünya çapında 4,2 milyar aktif sosyal medya hesabı bulunmaktadır (Data Reportal 2021). Dünya çapında bulunan 7,83 milyar insanın yüzde 59,5'inin (4,66 milyar) internet erişiminin olduğu göz önüne alındığında; dünya nüfusunun yüzde 53,6'sı oranında, internet erişimi bulunan insanların da yüzde 90'ı oranında aktif sosyal medya hesaplarının bulunduğunu söylemek mümkündür.

İnsanlar hayatlarında olup biteni paylaşmanın yanı sıra herhangi bir paylaşım yapmasalar dahi diğer insanlardan haberdar olabilmek için sosyal medya aracılığı ile düzenli olarak başkalarını takip etmektedirler. Bu sebeple sosyal medya kullanıcı sayısındaki artış kadar bu sitelerde harcanan vakit de oldukça çarpıcı bir hal almıştır. Yapılan bir araştırmaya göre, internet kullanıcıları günde ortalama 145 dakika sosyal medya sitelerinde zaman harcamaktadır (Statista 2020). Momondo isimli seyahat arama sitesinin, 2017 yılında 23 farklı ülkeden 24,700 kişi ile gerçekleştirdiği uluslararası seyahat anketi sonuçlarına göre katılımcıların yalnızca yüzde 10'u tatil esnasında sosyal medya kullanmadıklarını belirtirken, Çinliler sosyal medya paylaşımında lider konumdadır. Çinlilerin yüzde 65'i sosyal medyada tatil fotoğrafı paylaşırken Türkler yüzde 64 ile ikinci sırada, Brezilyalılar yüzde 60 ile üçüncü sıradadır. Sosyal medya üzerinden en az tatil fotoğrafı paylaşan millet ise yüzde 20 ile Almanlardır (Momondo 2017). Yapılan bir başka araştırmaya göre; tüm yaş gruplarının yüzde 64'ü, 16-24 yaş arası gençlerin ise yüzde 90'ı, seyahat esnasında sosyal medya üzerinden fotoğraf paylaştıklarını belirtmişlerdir (Independent 2017). Sosyal medya üzerinden olumsuz seyahat deneyimlerine kıyasla olumlu deneyimlerin daha fazla paylaşılması, bunlara maruz kalan insanlarda imrenme duygusuna neden olur (Tandoc vd. 2015: 144). Yapılan son çalışmalar imrenme konusunun sosyal medya pazarlaması (Wallace vd. 2017), örgütsel davranış (Yu vd. 2018), psikoloji (Lange vd. 2018; Lemay vd. 2019), turizm (Hajli vd. 2018; Martin vd. 2019) gibi bir çok çeşitli alanda insan

davranışlarıyla ilişkisini ortaya koymasına rağmen sosyal medyada görülen seyahat veya tatil paylaşımlarının insanları seyahat etmeye teşvik edip etmediğinin araştırıldığı çalışmalar sınırlı kalmıştır. Ayrıca seyahat imrenişi konusunun Türkçe alanyazında ilk defa ele alınması çalışmanın bir başka teorik katkısı olarak düşünülebilir. Uygulama açısından, her ne kadar sosyal medyanın önemi ve turizm işletmeleri tarafından etkin kullanılması gerekliliği bilinse de, müşterilerin sosyal medya kullanım kalıplarının bilinmesinin ve yakın çevresinde uyandırdığı imrenme nedeniyle müşterilerin paylaşımlarının doğru yönetilmesinin de gerekliliği, bu çalışmanın uygulayıcılar açısından önemli çıktılarıdır. Buradan hareketle araştırmanın ortaya çıkış nedenleri; katılımcıların sosyal medya kullanım kalıplarını (sosyal medyada ne kadar vakit geçirdiği, tatil fotoğraflarının ne sıklıkla sosyal medyada paylaşıldığı, hangi sosyal medya uygulamalarının kullanıldığı ve sosyal medyanın en çok hangi amaçla kullanıldığı) incelemek, bazı demografik değişkenlere göre (seyahat etme sıklığı, gelir, cinsiyet, medeni durum ve yaş) imrenmenin anlamlı bir şekilde farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek ve sosyal medyada seyahat imrenişinin seyahat etme niyetine etkisini araştırmaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Konuyla ilgili yazın taraması yapıldığında imrenme, kıskançlık ve hasetlik kavramlarının birbirleri yerine sık sık kullanıldığı görülmüştür. Her ne kadar kıskançlık veya hasetlik ile karıştırılsa da imrenme duygusu kıskançlığa ve hasetliğe göre daha olumlu çağrışımlar bulundurmaktadır. Türk Dil Kurumu, kıskançlığı "bir kimse bir üstünlük gösterdiğinde veya sevilen birisinin, başkası ile ilgilendiği kanısına varıldığında takınılan olumsuz tutum" olarak tanımlamaktadır. Hasetlik, başka bir insandaki zayıf ve noksan yönlerin bulunması durumundan zevk alınması halidir. İmrenme ise, başkalarında görülen ancak kişinin kendisinde olmayan bir şeyin eksikliğini hissetmesi, keşke bende de olsa şeklinde gıpta etmesidir. Tanımlardan anlaşılacağı üzere bu kavramların aynı olmadığı ve birbirleri yerine kullanılmaması gerektiği kanaatine varılmıştır.

Bu nedenle çalışmada travel envy, "seyahat imrenişi" olarak ele alınmıştır. İmrenme, nasıl ki bir başkasının yaptığını yapmış olmayı istemek ya da başkasının sahip olduğuna sahip olmayı dilemek anlamına geliyorsa; seyahat imrenişi de başkasının yapmış olduğu seyahati yapmış olmayı dilemektir.

İmrenme kavramı, imrenen (aşağı pozisyonda olan kişi) ve imrenilen (imrenilen şeye sahip olan kişi) olarak iki taraf içermektedir. İmrenme duygusunun, insanların mevcut pozisyonlarını geliştirmeyi tetiklemek ve tüketimi teşvik etmek gibi önemli sonuçları vardır (Van de Ven vd. 2011). İmrenme temelde iki farklı türde karşımıza çıkar: eğilimsel ve durumsal imrenme. Eğilimsel imrenme bireyin imrenme eğilimini yansıtan bir kişilik özelliği iken, durumsal imrenme ise genellikle sosyal karşılaştırmanın meydana geldiği belirli bir ortamda başkalarına karşı geliştirilen imrenme hissidir (Duffy vd. 2012). Sosyal medyada yapılan seyahat deneyimi paylaşımları sebebiyle bireyin yapacağı sosyal karşılaştırmalar, bu alanda kendini eksik hissetmesiyle beraber sosyal medyada seyahat imrenişini doğurmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada bahsi geçen imrenme duygusu, sosyal medyada seyahat imrenişi gibi özel bir durum ele alındığı için, imrenmenin ikinci boyutu olan durumsal imrenmedir. Sonuç olarak sosyal medyada seyahat imrenişi, başkalarının veya arkadaşlarının seyahatleri ile ilgili sosyal medya paylaşımlarına maruz kalırken aşağı pozisyonda hissetmeyi içeren, can sıkıntısını veya moral bozukluğunu tetikleyebilen, "keşke ben de gidebilmiş olsaydım" şeklindeki imrenme duygusudur.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Paylaşım yapmanın en kolay ve en yaygın yolu olduğu için, kullanıcılar genellikle seyahat deneyimlerini de sosyal medyada paylaşırlar. Sosyal medya üzerinden seyahat deneyimini paylaşmış birini, evde otururken veya iş yerinde çalışırken gören diğer insanlar, ister istemez kendileri ve seyahat eden kişi arasında bir kıyaslama/ karşılaştırma yapmaktadır. Çünkü Sosyal Karşılaştırma Teorisi'ni ilk ortaya atan kişi olan Festinger'e göre; insanda kanaat, düşünce, görüş ve yete-

neklerini değerlendirmeye yönelik evrensel bir dürtü bulunur ve bunu yapabilmek için insan, objektif kriterler arar (Festinger 1954). Bu objektif kriterlerin bulunamaması durumunda ise kendisini, bir değerlendirme ölçütü olarak gördüğü diğer insanlarla karşılaştırır. Sosyal medya, insanlara kendilerini sunma ve başkaları ile kıyaslama imkanı tanıdığından dolayı, sosyal medya paylaşımlarının kıyaslanması sonucu ortaya çıkan imrenme duygusunu ele alan bu çalışmanın teorik arka planını Sosyal Karşılaştırma Teorisi oluşturmaktadır. De Botton (2004), insanlar için önemli olan kişiler tarafından sevildiğine veya saygı duyulduğuna dair bazı kanıtlar alma arzusu ile sosyal karşılaştırmaların yapıldığını savunur. Sosyal karşılaştırmalar, Bricman ve Bulman'a (1977) göre ise sosyal etkileşimin kaçınılmaz bir ögesidir. Mussweiler vd. (2006), sosyal karşılaştırma süreçlerinin, insanlar diğer insanlar hakkında bilgi ile karşı karşıya kaldıklarında her zaman tetiklendiğine inanmaktadır. Sosyal medya bu bilgi ve izlenim paylaşımını artırır ve sonuç olarak kullanıcılar arasında sosyal karşılaştırma davranışını teşvik eder. İnsanlar başkalarının sosyal medya paylaşımlarına göz atarken kendilerini başkalarıyla karşılaştırma eğilimindedir (Cheng ve Fu 2019).

Sosyal medya aracılığıyla insanlar diğer kullanıcıları, kendilerini nasıl sunduklarını, ne yaptıklarını ve nasıl etkileşime girdiklerini izleyerek "takip eder". Sosyal medyanın popülerleşmesiyle birlikte sosyal karşılaştırma, insanlar arasında çok daha geniş ve çeşitli boyutları kapsar hale gelmiştir. Bireyler artık örgütsel çıktı ve iş doyumlarını (Greenberg vd. 2007), fiziksel çekicilik ve beden imajlarını (Sanderson vd. 2002), bilimsel üretkenliklerini (Vrugt ve Koenis 2002), akademik becerilerini (Gibbons vd. 2000) ve sağlık risklerini (Lipkus ve Klein 2006) dahi kıyaslamaktadırlar. Sosyal karşılaştırma, karşılaştırılan kişiye bağlı olarak aşağı veya yukarı doğru yapılabilir. Aşağı doğru sosyal karşılaştırma ile bireyler, kendisinden daha kötü durumda olan kişilerle karşılaştırmalara gitmek yoluyla öznel iyi oluşlarını koruyabilir veya yükseltebilirler. Sosyal medya kullanıcıları sıklıkla kendilerinin olumlu yönlerini veya en iyi hallerini paylaştıklarından, kullanıcılar kendi yaşamlarını sosyal

medyada karşılaştıkları ideal yaşamlarla karşılaştırılır. Bu nedenle sosyal medya, sosyal karşılaştırmalar için kullanıldığında genellikle yukarı doğru sosyal karşılaştırma yapılıır. Yukarı doğru sosyal karşılaştırmada, karşılaştırılan kişi ilham verici veya tehdit edici olabileceğinden dolayı, yukarıya doğru karşılaştırmının hem olumlu hem de olumsuz sonuçları olabilir (Liu vd. 2019). Collins'e (1996) göre, motivasyon kaynağı olarak başarılı insanları takip etmek gibi yukarı doğru sosyal karşılaştırmalar yapmak, insanların kendini geliştirme dürtüsünü harekete geçirir. Öte yandan yukarı doğru sosyal karşılaştırmının kişinin benlik saygısını düşürdüğünü (Major vd. 1991), depresyona neden olduğunu (Liu vd. 2019) ve imrenilen konulara karşı isteksizlik yarattığını (Belk 2011) tespit eden çalışmalar da mevcuttur.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Birey, kendisiyle kıyas yaptığı kişiyi üstün olarak algıladığında yukarı doğru sosyal karşılaştırma gerçekleşir. Chou ve Edge (2012), sürekli olarak Facebook kullanan bireylerin, başkalarının daha iyi hayatları olduğu konusunda hemfikir olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Bu bulgu, sosyal medyada genellikle yukarı doğru sosyal karşılaştırma yapıldığını doğrulamaktadır. Bu tür bir karşılaştırma, olumlu bir benlik duygusunu yükseltmenin bir yolu olarak, arzulanan tüketimi (yani, sosyal statü özlemlerinin yönlendirdiği tüketim) artırabilir. Bu süreç göz önüne alındığında, sosyal ağlarda paylaşılan seyahat deneyimlerinin insanları harekete geçirdiği düşünülmektedir. Nitekim Hajli vd.'nin (2018) çalışmasında, sosyal karşılaştırma ile bir destinasyonu ziyaret etme niyeti arasında sosyal medyada seyahat imrenişinin aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Chu (2018), sosyal medyanın insanların seyahat etme niyetini ve destinasyon imajını etkileyen etkili bir araç olduğunu ve bilgi almak için sıklıkla sosyal medyayı kullanan kişilerin daha yüksek seyahat etme niyetine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal medya üzerine bir başka çalışmada, Narangajavana vd. (2017) sosyal medyanın bir turistik destinasyon hakkında turist beklentilerini etkilediğini ortaya

koymuşlardır. Latif vd.'ne (2020) göre ise sosyal medyada seyahatle ilgili içeriğe maruz kalan kişiler, ilgili paylaşımlarda gördükleri destinasyonu ziyaret etme arzusu içerisindedirler. Benzer şekilde Tsai ve Bui (2021), kruvaziyer turistlerinin seyahat deneyimleri ile alakalı sosyal medya paylaşımlarının kruvaziyer turu satın alma niyetini anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Nguyen vd. (2021) Z kuşağının sosyal medyanın kullanımına değer verdiğini ve sosyal medyayı bilgi aramak için kullandıklarını ve bunun da bir destinasyonu ziyaret etme niyetine yol açtığını göstermişlerdir. Teorik arka plan ve konuyla ilgili çalışmalar göz önüne alındığında, sosyal medyada yapılan yukarı yönlü sosyal karşılaştırmının yol açtığı seyahat imrenişi ile seyahat etme niyeti arasındaki ilişkiye yönelik aşağıda yer alan hipotez kurulmuş ve araştırmanın simgesel modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.

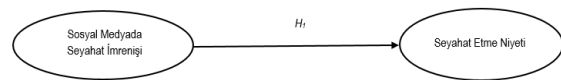
Hipotez 1 (H₁). Sosyal medyada seyahat imrenişi, seyahat etme niyetini olumlu bir şekilde etkilemektedir.

Araştırmaya katılanların bazı demografik değişkenlerine göre sosyal medyada seyahat imrenişinin farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesi araştırmanın bir başka amacı olduğundan, aşağıdaki araştırma sorusunun da cevabı bu çalışmada aranmaktadır.

Araştırma Sorusu 1 (AS₁). Demografik değişkenlere göre (gelir, cinsiyet, eğitim seviyesi, medeni durum, yaş ve seyahat etme sıklığı) sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?

Son olarak, katılımcıların sosyal medya kullanım kalıplarının ortaya çıkarılması amacıyla aşağıda yer alan araştırma sorularına da yanıt aranmaktadır.

Araştırma Sorusu 2 (AS₂). Araştırmaya katılanların çoğu gün içinde sosyal medyada ne kadar zaman geçirmektedir?



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma Sorusu 3 (AS₃). Katılımcıların çoğu seyahat (tatil) fotoğraflarını ne sıklıkla sosyal medyada paylaşmaktadırlar?

Araştırma Sorusu 4 (AS₄). Katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya uygulaması hangisidir?

Araştırma Sorusu 5 (AS₅). Katılımcıların çoğu sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanmaktadırlar?

YÖNTEM

Bu bölümde, çalışmanın araştırma yöntemine ilişkin süreç ele alınmıştır. Bölüm kapsamında; veri toplama araçları, evren ve örneklem ile güvenirlik ve geçerlik başlıkları yer almaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler, çevrimiçi hazırlanan bir anket aracılığı ile sosyal medya üzerinden toplanmıştır. Hazırlanan anket, öncelikle etik yönden incelenmesi için Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na sunulmuştur. 7 Temmuz 2021 tarihli ve 9/1 sayılı kararla anket, etik yönden uygun bulunmuştur. Etik yönden uygun bulunan ve elektronik ortamda hazırlanan anket, 12 Temmuz-16 Ağustos 2021 tarihleri arasında, sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan 18 yaş üstü 802 kişiye çevrimiçi olarak uygulanmıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Tandoc vd. (2015) ile Hajli vd. (2018) çalışmalarından uyarlanıp Türkçeye çevrilen 10 maddelik sosyada medyada seyahat imrenişi ve üç maddelik sosyal medya seyahat etme niyeti ölçekleri yer almaktadır. Ölçeklerin Türkçeye çevrilmesinde a) orijinal ölçeğin Türkçeye çevrilmesi, b) çevirilerin karşılaştırılması, c) ölçeğin geri çevrilmesi, d) çeviri ölçeğin taslak formunun belirlenmesi, e) korelasyon analizi ile dil eş değerliğinin incelenmesi, f) güvenirlik ve geçerlik analizlerinin yapılması ve g) nihai ölçeğin sunumu (Karagöz ve Bardakçı 2020: 245) aşamaları takip edilmiştir. Ölçeklerin yanıt kategorileri, 1: Kesinlikle Katılmıyorum'dan 5: Ke-

sinlikle Katılıyorum'a giden derecelendirmeden oluşmaktadır.

Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini, Türkiye'de sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme ve kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anket, araştırmacıların sosyal medya hesaplarından paylaşılmış, gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmaya katılmayı kabul eden, sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan ve 18 yaş üstü tüm bireylerden veri toplanmış ve ankete katılan kişilerden yakın çevresiyle de bu anketi paylaşması rica edilmiştir. "Digital 2021: Turkey" raporuna göre Türkiye'de aktif bir şekilde sosyal medyayı kullanan 60 milyon kişi bulunmaktadır (Data Reportal 2021). Araştırmanın evreni 10.000' den fazla olduğu için sınırsız evren kabul edilmektedir. Sınırsız evren formülüne göre hesaplanan örneklem büyüklüğü olarak 384 kişi alt sınır olarak dikkate alınmıştır. Çalışmanın analizlerinde kullanılmak üzere toplam 775 adet kullanılabilir anket elde edildiğinden dolayı örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bu sayı, araştırmadaki değişken sayısının 10 katından (2x10) fazla ve Likert seçenek sayısını çarpı madde sayısından da (5x13) fazla olduğundan, örneklemin evreni temsil etme yeterliliği olduğu söylenebilir (Kabakçı Yurdakul 2013: 80).

Güvenirlik ve Geçerlik

Öncelikle ankette yer alan ölçeklerin yapı geçerliğinin test edilmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. AFA'ya geçmeden önce kayıp veri analizi, çoklu sapan analizi ve çoklu normal dağılım testleri sonucunda 27 anket çıkarılmış ve analize 775 adet geçerli anket ile devam edilmiştir. Sosyal medyada seyahat imrenişi ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği yüzde 91,3 olarak bulunmuştur. Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 5920,392 olup; bu değer 0,001 düzeyinde anlamlıdır. Sosyal medya seyahat etme niyeti ölçeğinin ise Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği yüzde 70,9, Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 659,094 (p<0,001) olarak tespit edilmiştir. AFA uygulanan ölçeklerin her

ikisi de tek boyut altında toplanmıştır. Açıklanan toplam varyans oranları sosyal medyada seyahat imrenişi ölçeği için yüzde 62,642 ve sosyal medya seyahat etme niyeti için yüzde 69,774'dür.

AFA'nın ardından, genel ölçüm kalitesini değerlendirmek ve araştırmanın modelinde yer

Tablo 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Ölçme Modeli Uyum İyiliği İstatistikleri

Uyum İyiliği İndeksleri	Sonuçlar
χ^2/DF	3,979
Comparative Fit Index (CFI)	0,983
Normed Fit Index (NFI)	0,978
Incremental Fit Index (IFI)	0,983
Tucker-Lewis Fit Index (TLI)	0,968
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0,062

Tablo 2. Ölçeklerin Yakınsak Geçerlik ve Güvenirliklerine İlişkin Bulgular

Ölçekler ve Maddeleri	Standardize Yükler*	AVE	CR	Cronbach's Alpha
<i>Sosyal Medyada Seyahat İmrenişi</i>		0,580	0,874	0,933
Sosyal medyadaki bazı insanların sürekli gezerek iyi vakit geçirdiklerini görmek moral bozucudur.	0,752			
Bazı arkadaşlarımla sosyal medyada paylaştıkları seyahat fotoğraflarının ne kadar harika olduğunu görmek biraz can sıkıcıdır.	0,779			
Arkadaşlarımla bazılarının sosyal medyada sürekli eğleniyor görünmesi bana bir şekilde adil gelmiyor.	0,793			
Sosyal medyadaki arkadaşlarımla bu kadar çok seyahati finanse edebiliyor olmasına şaşıyorum.	0,668			
Sosyal medyada arkadaşlarımla paylaştığı tatil fotoğrafları benim fotoğraflarımdan daha fazla ilgi çekiyor.	0,708			
Sosyal medyada seyahat fotoğrafları paylaşan arkadaşlarımla ne kadar popüler olduğunu (alınan beğeniler, yapılan yorumlar gibi) gördüğümde onlara imrenirim.	0,795			
Arkadaşlarımla sosyal medyada paylaşılan tatil fotoğraflarını gördükçe kendimi onlardan aşağıda hissedirim.	0,814			
Genel olarak, sosyal medyadaki arkadaşlarımla çoğu benden daha iyi bir yaşantıya sahip.	0,806			
Sosyal medyadaki arkadaşlarımla birçoğu benden daha mutlu.	0,783			
Keşke sosyal medyadaki bazı arkadaşlarımla kadar ben de seyahat edebilsem.	0,704			
<i>Sosyal Medya Seyahat Etme Niyeti</i>		0,548	0,689	0,883
Eğer seyahat etme şansım olursa, arkadaşlarımla sosyal medyada paylaşım yaptığım yerlere gitmeyi düşünürüm.	0,752			
Bir seyahate çıktığımda, arkadaşlarımla sosyal medyada bahsettiği yerlere gitme ihtimalim yüksek.	0,807			
Arkadaşlarımla sosyal medyada paylaştıkları seyahat fotoğrafları bende seyahat etme isteği uyandırır.	0,654			

*: Bütün faktör yükleri 0,001 düzeyinde anlamlıdır, N=775.

alan ilişkisiyi test etmek amacıyla iki aşamalı bir yaklaşım uygulanmıştır. İlk adımda, AFA sonucu her ikisinin de tek boyutta toplandığı görülen ölçeklerin geçerliliğini doğrulamak için doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) yararlanılmıştır. İkinci aşamada, modelde yer alan hipotezi test etmek için yapısal eşitlik modellemesi (YEM) uygulanmıştır. DFA sonuçlarına ilişkin uyum iyilikleri Tablo 1’de sunulmuştur.

Araştırmada, ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alpha ve yapı güvenilirliği (CR) ile değerlendirilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü üzere, tüm Cronbach’s Alpha değerleri 0,70’dan ve CR değerleri 0,60’tan yüksektir. Buna göre, ölçeklerin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Bunlara ilaveten yapı geçerliğinin sağlanması için yakınsak ve ayırt edici geçerliğe yönelik kanıtların bulunması gerekmektedir. Yakınsak geçerliğin sağlanmasında standardize faktör yükleri ve açıklanan ortalama varyans (AVE) değerlerinin arzu edilen düzeyde olması istenmektedir. Yine Tablo 2’ye göre, AVE değerleri 0,50’den büyük ve tüm ölçümlerin standardize faktör yükleri $p < 0,001$ düzeyinde anlamlıdır. Standardize faktör yüklerinin hepsi 0,50’nin üstünde ve çoğu 0,70’in üstündedir.

Son olarak, modelin ayırt edici geçerliğini sağlamak için, her bir yapının AVE değerinin karekökünün o yapı ile diğer yapılar arasındaki korelasyonla karşılaştırılmasına bakılmalıdır. Yapılar arasındaki korelasyon, her yapı için AVE değerinin kareköklerinden daha küçük olması gerekmektedir. Tablo 3’te gösterildiği gibi, ölçekler arasındaki korelasyon, AVE’lerin kareköklerinden daha düşüktür.

Sonuç olarak tüm bulgular, ölçüm modelinin tatmin edici yakınsak ve ayırt edici geçerlik ile güvenilirliği temsil ettiğini doğrulamaktadır.

Tablo 3. Ölçüm Modeli İçin Ayırt Edici Geçerlilik

		1	2
1	Sosyal Medyada Seyahat İmrenişi	0,761	
2	Sosyal Medya Seyahat Etme Niyeti	0,733	0,740

Not: Ölçeklerin AVE’lerinin karekökleri köşegen boyunca (italik olan değerler) yazılmıştır. Köşegen dışı değer, yapılar arasındaki korelasyonu göstermektedir.

BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular incelendiğinde; katılımcıların yarısından fazlasının (yüzde 58,2) kadın, bekar (yüzde 55,2), lisans mezunu (yüzde 53,2), 18-30 yaş arasında (yüzde 62,5) ve orta gelir düzeyine sahip (yüzde 51,4) olduğu tespit edilmiştir. “Yılda ortalama kaç kez seyahat edersiniz?” sorusuna katılımcıların yüzde 50,2’si, iki-beş kez cevabını vermiştir. Araştırmaya katılanların yüzde 42,7’si günde ortalama bir-üç saat sosyal medyada zaman geçirdiklerini, yüzde 33,8’i seyahat (tatil) fotoğraflarını “sık sık” sosyal medyada paylaştığını ve yüzde 47,1’i sosyal medyayı en çok arkadaşlarını takip etme amacıyla kullandığını belirtmiştir. Son olarak, katılımcılardan kullandıkları bütün sosyal medya uygulamalarını işaretlemeleri istenmiş ve en sık işaretlenen uygulama Instagram (754 kez) olmuştur.

Katılımcıların profili ve sosyal medya kullanım kalıpları ortaya çıkarıldıktan sonra diğer araştırma sorularına yanıt bulmak adına katılımcıların demografik özelliklerine göre sosyal medyada seyahat imrenişinin farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Cinsiyete ve medeni duruma göre farklılıkların tespiti amacıyla t-testi, yaş değişkenine ve seyahate çıkma sıklığına göre farklılıkların tespiti amacıyla ANOVA uygulanmıştır. ANOVA’dan ulaşılan bulgular için, varyansların homojenliği testine (Levene) göre; sosyal medyada seyahate imrenme boyutunun varyanslarının homojen olması sebebiyle ($p > 0,05$) hangi gruplar arasında farklılık olduğunu görebilmek adına post-hoc testlerinden Gabriel testi (Mayers 2013: 180) uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre erkekler kadınlardan, evliler bekarlardan, 18-30 yaş arası katılımcılar daha yaşlı olanlardan ve yılda bir kez seyahate çıkanlar daha sık çıkanlardan daha yüksek imrenme ortalamasına sahiptir. Diğer farklılık testleri sonucuna göre, sosyal medyada seyahat imrenişi gelire ve eğitim düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır.

Frekans analizi ve farklılık testleri sonucunda yanıtlanan araştırma sorularının durumu Tablo 4’te sunulmuştur.

Araştırma sorularına yanıt verildikten sonra, çalışmada yer alan hipotezi test etmek için YEM

Tablo 4. Araştırma Sorularının Yanıtları

Araştırma Soruları	Yanıt
AS _{1.1} . Gelir düzeyine göre sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?	Hayır
AS _{1.2} . Cinsiyete göre sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?	Evet
AS _{1.3} . Eğitim seviyesine göre sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?	Hayır
AS _{1.4} . Medeni duruma göre sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?	Evet
AS _{1.5} . Yaşa göre sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?	Evet
AS _{1.6} . Seyahat etme sıklığına göre sosyal medyada seyahat imrenişi anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?	Evet
AS ₂ . Araştırmaya katılanların çoğu gün içinde sosyal medyada ne kadar zaman geçirmektedir?	Bir-Üç Saat
AS ₃ . Katılımcıların çoğu seyahat (tatil) fotoğraflarını ne sıklıkla sosyal medyada paylaşmaktadırlar?	Sık Sık
AS ₄ . Katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya uygulaması hangisidir?	Instagram
AS ₅ . Katılımcıların çoğu sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanmaktadır?	Arkadaşlarını Takip Etmek

uygulanmıştır. Katılımcıların sosyal medyada seyahate imrenmelerinin seyahat etme niyetleri üzerine etkisi, YEM kapsamında oluşturulan yol analizi ile test edilmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen modelde yer alan hipotezin test edildiği sonuç Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5'e göre, sosyal medyada seyahat imrenişinin seyahat etme niyeti üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi tespit edilmiştir ($p=0,000$). Yani sosyal medyada görülen seyahat paylaşımlarına yönelik imrenmedeki bir artış, seyahat etme niyeti üzerinde bir artışa neden olmaktadır. Ayrıca seyahat etme niyetine ilişkin varyans açıklama oranının oldukça yüksek ($R^2=0,750$) olduğu görülmektedir. Buna göre, seyahat etme niyetinin yüzde 75'i, sosyal medyada seyahat imrenişi tarafından açıklanmaktadır. Beta katsayısı göz önüne alındığında ise, sosyal medya imrenişinde yaşanan bir birimlik artış, seyahat etme niyetinde

0,886 birimlik bir artış sağlayacaktır. Sonuç olarak, çalışmanın H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın amacı 1) orijinali "travel envy on SNS" olan ve daha önce Türkçe alanyazında yer almayan "sosyal medyada seyahat imrenişi" kavramını ve ölçeğini Türkçe alanyazına kazandırmak, 2) hangi sosyal medya araçlarının, hangi amaçlarla, ne sıklıkta kullanıldığı gibi katılımcıların sosyal medya kullanım kalıplarını incelemek, 3) bazı demografik değişkenlere göre seyahat imrenişinin anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek ve 4) sosyal medyada seyahat imrenişinin seyahat etme niyetine etkisini araştırmaktır. Bu amaçla veriler, sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan 18 yaş üstü kişilerden çevrimiçi bir anket aracılığıyla elde edilmiştir. Sosyal medyada seyahat imrenişi ve sosyal medya seyahat etme niyeti ölçeklerinin Türkçeye uyarılma, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları 775 adet geçerli anket üzerinden yapılmıştır.

Tablo 5. Hipotez Test Sonucu

Hipotez	Yol	β	t değeri	Durum
H ₁	Sosyal Medyada Seyahat İmrenişi → Seyahat Etme Niyeti	0,886**	17,312	KABUL

N= 775, **: p<0,001, X²/DF= 3,979, RMSEA= 0,062, R²= %75.

Katılımcıların sosyal medya kullanım kalıplarının incelendiği çalışmada elde edilen bulgulara göre, örneklemin çoğunun günde *bir-üç saat* sosyal medyada vakit geçirdikleri, tatil fotoğraflarını *sık sık* sosyal medyada paylaştıkları, sosyal medyayı en çok *arkadaşlarını takip etme* amacıyla kullandıkları ve en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının *Instagram* olduğu tespit edilmiştir. 2021 Ocak ayında yayımlanan bir raporda, Türkiye’de internette geçirilen zamanın yedi saat 57 dakika olduğu, bunun iki saat 57 dakikasının sosyal medyada geçirildiği ve en çok Youtube ile Instagram’ın kullanıldığı paylaşılmıştır (Data Reportal 2021). Bu rapor, mevcut çalışmada ortaya çıkan günde ortalama bir ile üç saat arası sosyal medyada zaman geçirildiği ve en sık Instagram’ın kullanıldığı bulguları ile paralellik göstermektedir. Katılımcıların sosyal medyayı en çok arkadaşlarını takip etme amacıyla kullanması, sosyal karşılaştırma teorisinin özünde yer alan ve Festinger’in (1954) ortaya attığı “insanda kanaat, düşünce, görüş ve yeteneklerini değerlendirmeye yönelik evrensel bir dürtü bulunur ve kendisini bir değerlendirme ölçütü olarak gördüğü diğer insanlarla karşılaştırır” fikrini doğrular niteliktedir. Benzer şekilde Lee’ye (2014) göre insanlar, sosyal medya üzerinden diğer kullanıcıları kendilerini nasıl sunduklarını, ne yaptıklarını ve nasıl etkileşime girdiklerini takip etmektedirler. Tatil fotoğraflarının *sık sık* paylaşılması bulgusu da Walther vd.’nin (2001) “sosyal medya, kişilerin en iyi yanlarını sunma fırsatı veren bir araçtır” görüşünü desteklemektedir. Ayrıca tatil fotoğraflarının sık sık paylaşılması, yukarı doğru sosyal karşılaştırma yapılmasını tetikleyen, sosyal medyada olumlu veya en iyi hallerin paylaşılmasına (Liu vd. 2019) da örnek olarak gösterilebilir.

Gerçekleştirilen farklılık testleri sonucunda sosyal medyada seyahat imrenişinin cinsiyete, medeni duruma, yaşa ve seyahat etme sıklığına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; erkekler kadınlardan, evliler bekarlardan, 18-30 yaş arası 31 yaş üzerinden, yılda bir kez seyahate çıkanlar iki ve daha fazla çıkanlardan daha fazla sosyal medya paylaşımlarına imrenmektedirler. Bu sonuçlardan hareketle turizm işletmeleri veya destinasyon yöneticilerine, etkili ve geri dönüşü yüksek tanıtım ve pazarlama için (sosyal medyadaki hedef kitlesini belirlerken) bu bulguyu dikkate almaları önerilebilir. Zira Kılıçarslan ve Albayrak’a (2020) göre, doğru ve etkili bir şekilde yönetilen sosyal medya kullanımı destinasyon pazarlamasında önemli bir yere sahiptir.

Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında gerçekleştirilen yol analizi sonucunda, sosyal medyada seyahat imrenişinin, seyahat etme niyeti üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca seyahat etme niyetinin büyük ölçüde sosyal medyada seyahat imrenişi tarafından açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen bu sonuç, imrenmenin tüketimi teşvik ettiğini (Belk 2011), sosyal medya paylaşımlarının destinasyon imajını etkilediğini (Lim vd. 2012) ve sosyal medyada görülen paylaşımların ilgili destinasyonu ziyaret etme niyetini artırdığını (Liu vd. 2018; Hajli vd. 2018; Latif vd. 2020; Nguyen vd. 2021) ortaya koyan çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Buradan hareketle destinasyon yöneticilerine ve turizm işletmecilerine yalnızca sosyal medyada varlıklarını sürdürmekle kalmamaları, aynı zamanda deneyimlerini paylaşma konusunda ziyaretçilerini teşvik ederek sosyal medya etkileşimlerini artırmaları önerilebilir. Paylaşım yapmayı teşvik etmek için ziyaretçilere, ilgili işletmeyi etiketleyerek sosyal medyada paylaşımları durumunda indirim veya çekilişle hediye vaatlerinde bulunabilirler. Böylece sosyal medyada seyahat veya tatil paylaşımları yapan kişiler takipçilerini imrendirmeyi başarabilir, bu imrenme onlarda paylaşılan yeri ziyaret etme niyetini tetikleyebilir.

Yapılan son çalışmalarda imrenme konusu ele alınmaya başlanmasına rağmen, sosyal medyada görülen seyahat veya tatil paylaşımlarının insanları seyahat etmeye teşvik edip etmediğinin araştırıldığı çalışmalar sınırlı kalmıştır. Bu yönüyle çalışmanın teoriye bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca seyahat imrenişi konusunun Türkçe alanyazında ilk defa ele alınması, çalışmanın bir başka teorik katkısı olarak düşünülebilir.

Gelecek çalışmalarda, Türkçeye kazandırılan sosyal medyada seyahat imrenişi ölçeği farklı ör-

neklemlerde kullanılarak alanyazına katkı sağlanabilir. Mevcut araştırmada sosyal medyada seyahat imrenişinin yalnızca seyahat etme niyeti üzerine etkisinin ele alınması bir sınırlılık olarak kabul edilebilir. Sosyal medyada seyahat imrenişi kavramının (değişkeninin, ölçeğinin) ilk defa Türkçe alanyazında kullanılıyor olması nedeniyle değişkenin etraflıca açıklanması, dayandığı teorinin detaylandırılması ve ölçeğin Türkçe'ye çeviri çalışmasının yapılması amaçlanmıştır. Bu nedenle öncü sayılabilecek mevcut çalışmanın alanyazına, kavramsal ve kuramsal çerçevesine ağırlık verilmiş, değişkenler arası ilişkinin varlığı test edilen model ise sade tutulmuştur. Konuyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalarda modele depresyon veya satın alma niyeti gibi farklı değişkenler eklenerek alana katkı sağlamaya devam edilmesi planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Belk, R. (2011). Benign Envy, *Academy of Marketing Science Review*, 1(1): 117-134.
- Brickman, P. ve Bulman, R. J. (1977). Pleasure and Pain in Social Comparison. İçinde; J. M. Suls, R. ve L. Miller (Editörler), *Social Comparison Processes: Theoretical and Empirical Perspectives* (ss.149-186). Washington, DC: Hemisphere.
- Cheng, H. H. ve Fu, T. J. (2019). Exploring The Antecedents of Conspicuous Consumption and Posting Behavior of Conspicuous Consumption on Instagram, 10th International Conference on E-Business, *Management and Economics* (ICEME 2019): 229-233.
- Chou, H.-T. G. ve Edge, N. (2012). They Are Happier and Having Better Lives Than I Am: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives, *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 15(2): 117-121.
- Chu, C-P. (2018). The Influence of Social Media Use and Travel Motivation on The Perceived Destination Image and Travel Intention To Taiwan of The Thai People. (*Başılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Bangkok: Bangkok Üniversitesi, İletişim Sanatları Anabilim Dalı.
- Collins, R. L. (1996). For Better or Worse: The Impact of Upward Social Comparison on Self-Evaluations, *Psychological Bulletin*, 119 (1): 51-69.
- Data Reportal (2021). <https://datareportal.com/reports>, Erişim tarihi: 28 Haziran 2021.
- De Botton, A. (2004). *Status Anxiety*. Londra: Hamish Hamilton.
- Duffy, M. K., Scott, K. L., Shaw, J. D., Tepper, B. J. ve Aquino, K. (2012). A Social Context Model of Envy And Social Undermining, *Academy of Management Journal*, 55 (3): 643-666.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes, *Human Relations*, 7: 117-140.
- Gibbons, F. X., Blanton, H. C., Gerrard, M., Buunk, B. P. ve Eggleston, T. J. (2000). Does Social Comparison Make A Difference? Optimism As A Moderator of The Relation Between Comparison Level And Academic Performance, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26: 637-648.
- Greenberg, J., Aston-James, C. E. ve Ashkanasy, N. M. (2007). Social Comparison Processes In Organizations, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102: 22- 41.
- Hajli, N., Wang, Y. ve Tajvidi, M. (2018). Travel Envy on Social Networking Sites, *Annals of Tourism Research*, 73: 184-189.
- Independent (2017). <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/holiday-selfies-annoying-instagram-facebook-photos-hot-dog-legs-vacations-a7816386.html>, Erişim tarihi: 24 Temmuz 2021.
- Kabakçı Yurdakul, I. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İçinde; A. A. Kurt (Editör), Evren ve Örneklem (ss. 75-91). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Karagöz, Y. ve Bardakçı, S. (2020). *Bilimsel Araştırmalarda Kullanılan Ölçek Araçları ve Ölçek Geliştirme*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kılıçarslan, D. ve Albayrak, T. (2020). Destinasyon Pazarlama Organizasyonlarının Sosyal Medya Performansının Kıyaslanması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31 (2): 149-160.
- Lange, J., Weidman, A. C. ve Crusius, J. (2018). The Painful Duality of Envy: Evidence for An Integrative Theory and A Meta-Analysis on The Relation of Envy and Schadenfreude, *Journal of Personality and Social Psychology*, 114 (4): 572-598.
- Latif, K., Malik, M.Y., Pitafi, A.H., Kanwal, S. ve Latif, Z. (2020). If You Travel, I Travel: Testing A Model of When And How Travel-Related Content Exposure on Facebook Triggers The Intention to Visit A Tourist Destination, *SAGE Open*, 10 (2): 1-12.
- Lee, S. Y. (2014). How Do People Compare Themselves With Others on Social Network Sites?: The Case of Facebook, *Computers in Human Behavior*, 32: 253-260.
- Lemay, D.J., Doleck, T. ve Bazalais, P. (2019). Do Instrumental Goal Pursuits Mediate Feelings of Envy on Facebook and Happiness or Subjective Well-Being?, *Computers in Human Behavior*, 91: 186-191.
- Lim, Y., Y. Chung, ve P. A. Weaver. (2012). The Impact of Social Media on Destination Branding: Consumer-Generated Videos Versus Destination Marketer-Generated Videos, *Journal of Vacation Marketing*, 18 (3): 197-206.
- Lipkus, I. M. ve Klein, W. M. P. (2006). Effects of Communicating Social Comparison Information on Risk Perceptions for Colorectal Cancer, *Journal of Health Communication*, 11: 391- 407.
- Liu, H., Wu, L. ve Li, X. (2019). Social Media Envy: How Experience Sharing on Social Networking Sites Drives Millennials' Aspirational Tourism Consumption, *Journal of Travel Research*, 58(3): 355-369.

- Major, B., Testa, M. ve Bylsma, W. H. (1991). Responses to Upward and Downward Social Comparisons: The Impact of Esteem-Relevance and Perceived Control. İçinde; J. M. Suls ve W.T. Ashby (Editörler), *Social Comparison: Contemporary Theory And Research* (ss. 237-260). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Martin, B.A.S., Zhan, K., Wang, Y.X. ve Jin, H.S. (2019). The Influence of Entitlement and Envy on Tourist Judgments of Missed Benefits, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38: 58–65.
- Mayers, A. (2013). *Introduction to Statistics and SPSS in Psychology*. Pearson Higher Ed.
- Momondo (2017). International Travel Survey, https://c1.momondo.net/assets/press/travel_survey_2017.pdf, Erişim tarihi: 23 Temmuz 2021.
- Mussweiler, T., Rüter, K. ve Epstude, K. (2006). The Why, Who, And How of Social Comparison: A Social-Cognition Perspective. İçinde; S. Guimond (Editör), *Social Comparison And Social Psychology: Understanding Cognition, Intergroup Relations, and Culture* (ss. 33–54). Cambridge: Cambridge University Press.
- Narangajavana, Y., Fiol, L. J. C., Tena, M.Á. M., Artola, R. M. R. ve García, J. S. (2017). The Influence of Social Media In Creating Expectations. An Empirical Study for A Tourist Destination, *Annals of Tourism Research*, 65: 60–70.
- Nguyen, V.H., Truong, T.X.D., Pham, H.T., Tran, D.T. ve Nguyen, P.H. (2021). Travel Intention to Visit Tourism Destinations: A Perspective of Generation Z in Vietnam, *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (2): 1043–1053.
- Sanderson, C. A., Darley, J. M. ve Messinger, C. S. (2002). I'm Not As Thin As You Think I Am: The Development and Consequences of Feeling Discrepant from The Thinness Norm, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28: 172–183.
- Statista (2020). <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide>, Erişim tarihi: 16 Temmuz 2021.
- Tandoc, E.D., Ferrucci, P. ve Duffy, M. (2015). Facebook Use, Envy, and Depression Among College Students: Is Facebooking Depressing?, *Computers in Human Behavior*, 43: 139-146.
- Tsai, F.M. ve Bui, T.D. (2021). Impact of Word of Mouth Via Social Media on Consumer Intention To Purchase Cruise Travel Products, *Maritime Policy & Management*, 48 (2): 167-183.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M. ve Pieters, R. (2011). Why Envy Outperforms Admiration, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37 (6): 784-795.
- Vrugt, A. ve Koenis, S. (2002). Perceived Self-Efficacy, Personal Goals, Social Comparison and Scientific Productivity, *Applied Psychology: An International Review*, 51: 593-607.
- Wallace, L., James, T. L. ve Warkentin, M. (2017). How Do You Feel About Your Friends? Understanding Situational Envy in Online Social Networks, *Information & Management*, 54 (5): 669–682.
- Walther, J.B., Slovacek, C.L. ve Tidwell, L.C. (2001). Is A Picture Worth A Thousand Words? Photographic Images in Long-Term and Short-Term Computer-Mediated Communication, *Communication Research*, 28 (1): 105-134.
- Yu, L., Duffy, M. ve Tepper, B. J. (2018). Consequences of Downward Envy: A Model of Self-Esteem Threat, Abusive Supervision, and Supervisory Leader Self-Improvement, *Academy of Management Journal*, 61 (6): 2296-2318.

Sosyal Medyada Seyahat İmrenişinin Seyahat Etme Niyetine Etkisi



Ferhat ŞEKER

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yükseköğretim Kurumunun Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2013). Yüksek lisans (2016) ve doktora (2020) derecelerini Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı. Mersin Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2014). Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turist deneyimi, davranışsal niyetler ve destinasyon pazarlamasıdır.



Ahmet ERDEM

Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2014). Yüksek lisans derecesini Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan (2016), doktora derecesini de Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2021). Harran Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2016). Halen Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yükseköğretim Kurumunda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, akıllı turizm ve turizm pazarlamasıdır.



Kamil UNUR

Uludağ Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü'nden mezun oldu (1989). Yüksek lisans derecesini New Haven Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan (1997), doktora derecesini de Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2003). Halen Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde profesör olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm ekonomisi, yönetim ve organizasyon, örgütsel davranış ve turizm eğitimidir.

Neden Gönüllülük? Nedenler ve Uyumsuzluklar Bağlamında Turizm Açısından Bir Araştırma

Why Volunteering? A Research on Tourism in Terms of Reasons and Inharmoniousness

Beyza HATIRNAZ**, Ece KONAKLIOĞLU***

** (Sorumlu Yazar) Arş. Gör. Dr., Düzce Üniversitesi, Akçakoca Yerleşkesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Osmaniye Mahallesi, Atatürk Cad. No: 221, 81650, Akçakoca, Düzce.

E-posta: beyzahatirnaz@duzce.edu.tr, byzhtrnz@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2932-1671

*** Doç. Dr., Bahçelievler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, 323/1 Sokak No:10, 06830, Gölbaşı, Ankara.

E-posta: ece.konaklioglu@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9326-1610

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 6 Nisan 2021

Birinci düzeltme: 19 Ocak 2022

İkinci düzeltme: 15 Mart 2022

Üçüncü düzeltme: 28 Mart 2022

Kabul: 31 Mart 2022

Anahtar sözcükler: Gönüllü turizm, Ekoyerleşke, Ekoturizm, Gönüllü tercihleri.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 6 April 2021

Resubmitted: 19 January 2022

Resubmitted: 15 March 2022

Resubmitted: 28 March 2022

Accepted: 31 March 2022

Key words: Volunteer tourism, Ecolands, Ecotourism, Volunteer preferences.

ÖZ

Araştırmada seyahat ve konaklama tercihlerinin birçok alternatifinin ortaya çıktığı günümüzde, önemli boş zaman değerlendirme alanlarına dönüşen ekoyerleşkeler (ekolojik yerleşke) mercek altına alınmıştır. Araştırma kapsamında; ekoyerleşkelerin gönüllüleri kabul etme, gönüllülerin yerleşkeleri tercih etme nedenleri sınıflandırılarak karşılaştırılmış, uyumsuzluk aşamaları tanımlanmış, ekoyerleşkeler tarafından geliştirilen gönüllü kriterleri tanımlanmıştır. Ekoyerleşkelerdeki mevcut durumu ortaya koyabilmek adına, gönüllü kabul eden 12 ekoyerleşke ziyaret edilmiş; bu ekoyerleşkelerden 16 yerleşke sakini, 11 gönüllü ve bir çalışan ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Türkiye'deki yerleşke sakinlerinin gönüllü kabul nedenleriyle gönüllülerin ekoyerleşkeleri tercih nedenleri tecrübe, keşifsel, faydacı, ekolojik yaşama geçiş, sosyal, psikolojik, ekolojik ve popülist nedenler olarak belirlenmiştir. Belirlenen uyumsuzluklar adapte edilebilecek, dönüştürülebilecek, çatışma yaratan aşamalar olarak tanımlanmış ve nedenlerine bağlı olarak açıklanmışlardır.

ABSTRACT

The research focused on ecological lands turned into important leisure-time lands in today's world, where many alternatives of travel and accommodation preferences have emerged. Within the scope of the research; the reasons why the volunteers prefer the ecolands and the ecolands host volunteers are mutually examined, inharmoniousness levels are defined, the volunteer criteria developed by the ecolands over time are tried to be revealed. In order to reveal the current situation in ecolands, 12 ecolands accepting volunteers were visited, face-to-face interviews were held with 15 residents and 12 volunteers from these ecolands. The reasons of volunteers to go ecolands and ecolands to host volunteers are classified as experience, exploratory, utilitarian, transition to ecological life, social, psychological, ecological and populist reasons; while inharmoniousness levels are defined as the ones can be adapted, transformed, and creating conflict and they are explained depending on their causes.

GİRİŞ

Turizm doğaya, kültürlere direkt ve köklü etkileri olabilen bir sektördür. Sürdürülebilir kalkın-

ma fikirlerinin turizmde yer etmeye başlamasıyla hem turizmden kaynaklı hem de turizmden bağımsız gelişen olumsuzlukları giderme amaçlarına hizmet edebilecek alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır (Lyons ve Wearing 2008). Bu türler içerisinde gönüllü turizmi, toplumların yararını gözeten gönüllülük faaliyetleriyle turizmi bir araya getirmekte; toplumsal ve çevresel gelişime

* Bu çalışma, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Dalında, Doç. Dr. Ece Konaklıoğlu danışmanlığında yazılan, "Ekolojik Yerleşkelerin Ekolojik Etik Yaklaşımları Çerçevesinde Sınıflandırılması ve Ekolojik Etik Ölçeği Geliştirme Çalışması" başlıklı Doktora tezinden üretilmiştir.

katkı sağlamanın yanında, yerel halkla birlikte yaşama ve çalışmanın sağlayacağı öğrenmeyle gelişen kişisel gelişim pratiklerini de barındırmaktadır (Wearing 2001; 2004; Palabıyık 2011). Benzer şekilde gönüllü ekoturizm, gönüllülükle ekoturizm faaliyetlerinin ve/veya ekodestinasyonların birleşiminden oluşmaktadır. Wearing (2004) gönüllü ekoturizmi, ev sahibi toplulukların kontrol üstlenebildiği, sürdürülebilirliği, yerel kültür ve değerlerin ayrıcalığını destekleyen bir alternatif olarak tanımlamaktadır. Ekolojik yaşam alanlarını ifade eden ekoyerleşkeler de bu faaliyetlerin yürütüldüğü önemli destinasyonlardır.

Gönüllülerin farklı bölge ve/veya ülkelere seyahat ederek gönüllü turizme katılımları fayda sağlama dışında birçok farklı nedenler, beklentiler barındırabilmektedir. Gönüllü turizme katılımdaki nedenlerde görülen farklılıklarsa yerleşkelerde zorluklar yaratabilmektedir (Hatırnaz ve Konaklıoğlu 2021). Araştırma bu noktadan hareketle şekillendirilmiş ve Türkiye’de 12 ay faal olan ekoyerleşkeleri tercih eden gönüllülerin ekoyerleşke tercih nedenleri, ekoyerleşkelerin gönüllü alma nedenleri, ortaya çıkan uyumsuzluklar ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın “Gönüllüler, neden boş zamanlarını ekoyerleşkelerde geçirmeyi tercih etmektedirler?”, “Ekoyerleşkeler neden gönüllü kabul etmektedirler?” olmak üzere iki temel sorusu bulunmaktadır. Araştırma, ekoyerleşkelerde ve Türkiye’deki gönüllülük sisteminde daha sorunsuz bir iletişim ortamının sağlanabilmesini sağlamak için karşılıklı beklentilerin tanımlanması, Türkiye’de gönüllü turizm sisteminin şeffaflaştırılması ve buna bağlı doğru seçimlerin yapılabilmesi noktalarında uygulamaya ve karşılıklı bir çalışma yürüterek uyumsuzlukların keşfi noktasında da alanyazına katkılar sağlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırma kurgusu ekoyerleşkelerde gönüllülük sistemine katılım nedenleri etrafında şekillenmiştir. Bu bölümde, ilgili olarak gönüllü turizm, gönüllü ekoturizm kavramlarından bahsedilecektir.

Gönüllü Turizm

Kişilerin boş zamanlarında fayda sağlamaları anlamına gelen gönüllü turizm, kitle turizmine geliştirilen alternatiflerden biri olarak kültürler arası anlayışı ve barış ortamını geliştirmek, kültürlerin korunmasını, yerel kalkınmayı, çevre korumayı desteklemek, öğrenmek gibi birçok işlevi barındıran bir turizm türüdür. Gönüllü turizm; gönüllülerin gönüllü oldukları toplumların yoksulluklarını gidermeye yardımcı olmayı ve/veya hafifletmeyi, restorasyonlarını veya toplumların farklı yönlerini araştırmayı ya da iyileştirmeyi içeren tatiller yapabilmek adına dahil olunan planlı alternatif turizm türüdür (Wearing 2001: 1). Gönüllü turizmin diğer alternatif turizm türleri arasında devamlılığını sağlayabilmesinde, öğrenme ve deneyim yoluyla sağladığı kişisel gelişime (Wearing 2004; Bailey ve Russel 2010), kırsal gelişime (Sharpley ve Vass 2006; Lobley, Butler ve Reed 2009), kırsal kalkınmaya katkılarını (Shucksmith ve Rønningen 2011) saymak mümkündür. Yerel kalkınmayı ve turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi hedefleyen gönüllü turizmin (Kurnaz 2020), sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada önemli rol üstlenebileceği düşünülmektedir (Güneş ve Parlak 2020). Bu gibi sadece kar odaklı bakmayan, katkı sağlamayı hedefleyen turizm türleri turizmin evrimi için yol göstericidir (Wearing 2001).

Gönüllülüğün aktif bir seyahat şekli olarak kullanılmaya başlanmasıyla, gönüllü turistler birçok çalışmanın konusu olmuşlardır. Gönüllülük olgusuyla yürütülen araştırmaların büyük bir bölümü motivasyonlar üzerine yürütülmüştür (Clary, Snyder ve Stukas 1996; Brown ve Lehto 2005; Benson ve Siebert 2009; Chen ve Chen 2011; Lo ve Lee 2011; Grimm ve Needham 2012a; Grimm ve Needham 2012b; Pan 2012; Otoo 2013; Otoo ve Amuquandoh 2014; Yamamoto ve Engelsted 2014; Proyrungroj 2017; Akdağ ve Cicik 2021). Callanan ve Thomas (2005) daha bütüncül bir bakış açısıyla tüm gönüllülük sürecini değerlendirmiş ve gönüllüleri sığ, orta ve derin olmak üzere sınıflandırmıştır. Konuyla ilgili Clary, Snyder ve Stukas (1996) gönüllülük için yeni şeyler öğrenme, yetenekler kazanma anlamında *anlama*; arkadaşlarla değer verilen kişilerin önem-

sediği işleri yapma anlamında *sosyal*; harekete geçme anlamında *değer yaratma*; stres, karmaşadan uzaklaşma anlamında *korunma*; deneyim kazanma anlamında *kariyer*, psikolojik gelişim anlamında *geliştirme* nedenlerini belirlemiştir. Brown ve Lehto (2005) yerel halkla kültürel ve sosyal kaynaşma (cultural immersion), bağış ve farklılık yaratma, gönüllülerle samimiyet kurma, aileyle gönüllü olarak bağları güçlendirme, eğit-sel nedenler olarak belirlemiştir. Lo ve Lee (2011) benzer şekilde yerel halkla kültürel kaynaşma ve etkileşim, bağışlama ve sevgiyle ilgi gösterme, aileyle tecrübe kazanma, çocuklar için eğitim, gün-lük yaşamdan kaçma nedenlerini; farklı olarak dini katılım nedenini belirlemişlerdir. Pan (2012) alanyazındaki sınıflandırmaları doğa koruma, bağışta bulunma, sevgi-ilgi gösterme anlamlarında *özgecilik*; kişisel gelişim, kişisel aydınlanma, kariyer, gün-lük yaşamdan kaçma, rahatlama gibi nedenleri ifade eden *bencilik* ve *yerel halk etkileşimi* olarak özetlemiştir. Han vd. (2019) zgecil halk ilgisi, kişisel gelişim, eğitim, benlik-gelişimi (ego-enhancement), kaçış olarak sınıflandırmıştır. Gönüllü turizmi çalışmaları genel olarak gönüllülerin analizine yönelik olsa da fenomenin anlaşılması için bütün olarak düşünülmesi ve arz-talep taraflarının dengeli biçimde ele alınması gerektiği de vurgulanmıştır (Uriely vd. 2003: 61). Gray ve Campbell (2007) alışmalarında paydaş görüşlerini araştırmaya dahil ederek sistemi bütünüyle yorumlatmayı amaçlamışlardır.

Gönüllü Ekoturizm

Gönüllülük turizmi ekoturizm faaliyetleriyle entegre edilerek sıklıkla kullanılmaktadır. Gönüllü ekoturizm kavramı olarak tanımlanan bu sistem; gönüllülük faaliyetleriyle ekoturizmin doğal ve kültürel değerleri koruyarak ekonomik girdiye dönüştürebilme ve yerel kalkınmaya katkı özelliklerini birleştirmektedir. Gönüllü ekoturizm; ev sahiplerinin kendi kaderlerini tayin edebildikleri, yerel kontrolü destekleyen, sürdürülebilirliği, vre yönetimini, yerel kültürlerin ve değerlerin ayrıcalığını teşvik eden bir alternatif turizm türüdür (Wearing 2001; 2004).

Gönüllü ekoturizm uygulamaları, katılımcıları gözlemci konumundan alarak gerçek katılımcı-

lar olmalarını sağlamaktadır (Nolan ve Rotherham 2021: 154). Bu özelliği; yerel halk ve/veya ev-sahibi topluluklarla gönüllüler arasındaki etkileşimi yoğunlaştırmakta, iletişimin etkin olmasını da zorunlu kılmaktadır. Türkiye’de gönüllü ekoturizm kavramı genellikle ekolojik yaşam çiftlikleri ve ekokylerdeki faaliyetleri içeren bir olguyu ifade etmektedir. Gönüllü ve ev-sahibi toplumların bir araya gelerek yoğun etkileşime geçtiği alanlar olan ekoçiftliklerin oluşturduğu çiftlik turizmi, en temel kırsal turizm şekli olarak tanımlanmaktadır (Irshad 2010: 2). Çiftlik turizmi; bölgelerin kültürünü, yaşam pratiklerini öğrenmek için doğa gerçekleştirilen eğitim faaliyetlerini de kapsamaktadır (Leco vd. 2013).

Türkiye’deki ekoyerleşkeler tek ekolojik yaşam çiftlikleri, birkaç hanenin bir araya gelmesiyle oluşan ekolojik yaşam alanları ve ekokylerden oluşmaktadır. Gönüllü ekoturizm faaliyetleri, kişisel ilişkiler dışında sistemli olarak TATUTA (Tarım-Turizm-Takas) Projesi kapsamında Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği aracılığıyla ekolojik yaşam çiftliklerinde yürütülmektedir. Bugün, proje bünyesinde aktif 80 ekolojik çiftlik bulunmaktadır. Genelde tek çiftlikten oluşan arazilerde, gönüllüler ücretsiz olarak ev-sahiplerine gün-lük çiftlik işlerinde yardımcı olmakta ve çiftlik pratiklerini öğrenme şansı elde etmektedirler (<https://woofturkey.org/>). Hatırnaz ve Konaklıoğlu (2021) alışmalarında Türkiye’deki ekoyerleşkelerin karşılaştıkları zorlukları ele almışlar ve insan kaynaklı olarak tanımlanan zorlukların büyük bir kısmının gönüllü ve yerleşkelerin taleplerinin birbirini karşılayamamasından kaynaklandığı belirlemişlerdir. Buna bağlı olarak araştırma kapsamında gönüllü ve ev-sahibi taraflarının görüşlerinin karşılıklı bir analizinin yapılması hedeflenmektedir. Bu bağlamda gönüllülerin gönüllü olma, yerleşkelerin gönüllü kabul etme nedenleri ayrıntılı olarak analiz edilecek ve sorunlar tanımlanacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı, Türkiye’deki ekoyerleşkelerin gönüllü kabul etme nedenlerinin, gönüllülerin ekoyerleşkeleri tercih etme nedenleriyle karşılaştırılarak tanımlanması; uyumsuz-

lukların ortaya koyulabilmesidir. Araştırmanın ilk aşamasında nedenler tematik, ikinci aşamasında ise uyumsuzluk durumlarına göre sınıflandırılmış ve karşılaştırılmışlardır. Araştırma doğası gereği gerçekçi ve bütüncül veriler elde edilmesini gerektirdiğinden nitel olarak yürütülmüştür (Yıldırım ve Şimşek 2008). Mevcut durumu ortaya koyma hedefi; araştırma deseni olarak güncel bir olgunun gerçek yaşam alanlarında çalışılmasını ifade eden durum analizinin tercih edilmesine neden olmuştur (Yin 1984: 23). Farklı karakterli birçok yapıyı içermesi nedeniyle çok vakalı (Bogdan ve Biklen 1998'den aktaran Aytaçlı 2012), analiz tipi olarak keşfedici durum analizi (Erdoğan 2012: 169) özelliği göstermektedir.

Araştırmanın iki temel sorusu bulunmaktadır; "Gönüllüler neden boş zamanlarını ekoyerleşkelerde geçirmeyi tercih etmektedirler?", "Ekoyerleşkeler neden gönüllü kabul etmektedirler?". Araştırmanın evreni; Türkiye'de bulunan, 12 ay yaşam alanı olarak kullanılan ve 12 ay gönüllü kabul eden tüm ekoyerleşkelerle, buralarda gönüllü olan kişilerden oluşturmaktadır. Ekoyerleşkeler; Google'dan "Türkiye'deki ekoyerleşkeler", "Türkiye'deki ekoyerleşkeler", "Türkiye'deki ekoyerleşkeler" şeklinde aramalar yapılarak belirlenmiştir. Sosyal medya hesapları incelenen, direkt iletişim kurulan 100 yerleşkeden 33'ünün 12 ay aktif olduğu ve gönüllü kabul ettiği tespit edilmiştir. 33 ekoyerleşkeye araştırmanın amacı, yöntemi, objektiflik prensibi açıklanmış; 26 ekoyerleşke görüşme yapmayı kabul etmiş, fakat yedisi vazgeçmiştir. 21.01.2019-02.02.2019 tarihleri arasında ziyaretler gerçekleştirilmiş, dört yerleşke ziyaret günlerinde dahil olmayacaklarını bildirmişlerdir. Sonuç olarak 15 ekoyerleşke araştırmaya dahil edilmiş, tercih nedenleri noktasında 12 tanesinin cevaplarına bu çalışmada yer verilmiştir. Ekoyerleşkelerden 16 yerleşke sakini, 11 gönüllü ve bir çalışan ile mümkün olduğunca geniş çaplı cevapların alınabilmesi adına görüşmeler yarı yapılandırılmış formda (Kuş 2003), kişilerin kendilerini rahat hissedebilmeleri için yerleşkelerde yüz yüze yapılmıştır.

Tercih nedenleri paralelliğinin sağlanabilmesi için yerleşkelere "Sizce, ziyaretçileriniz neden böyle bir tecrübeyi tercih ediyor?", "Yerleşkenize ziyaretçi

kabul etmeniz için nedenleri nelerdir?"; gönüllülere ise "Boş zamanınızı neden bir ekoyerleşkede geçiriyorsunuz?" soruları yöneltilmiştir. Her iki tarafın da diğer değişkenlerden bağımsız olarak sadece gönüllü ekoturizme katılım nedenleri irdelenmiştir. Cevaplar içerik analizine tabii tutularak benzer cevaplar kodlanmış, kategorilendirilmiş ve tematik sınıflandırmalar yapılmıştır. Kodlamalar alınan cevaplar doğrultusunda yapılmış, alanyazınla benzerlikler karşılaştırılmıştır. Görüşme verilerinin güvenilirliğinin sağlanabilmesi adına görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Analizler, güvenilirliği bağdaştırmak adına görüşülen kişilerle hem de nitel teknik kullanımında uzman iki akademisyenle paylaşarak doğru aktarım sağlanıp sağlanmadığının değerlendirilmesi istenmiştir. Yerleşkeler ve görüşülen kişiler araştırma kapsamında gizli tutulmuş; ekoyerleşkeler "Ekoyer" koduyla kodlanarak 1'den 12'ye kadar numaralandırılmıştır (Tablo 1).

BULGULAR

Tablo 1'de görüldüğü üzere yerleşkeler bölge, kişi sayısı, yerleşke karakteristiği açısından farklılık göstermektedirler.

Tercih Nedenleri

Veriler karşılaştırma yapılabilmesi için havuzda toplanmış ve kaynaklarından bağımsız olarak sınıflandırılmıştır (Tablo 2). Tablo 2'de hem yerleşke sakinleri hem gönüllüler tarafından sunulan nedenler temalandırılmış ve birbirlerini karşılama durumlarına göre sunulmuştur.

Keşifsel, ekolojik yaşamın ve doğada yaşayabilme kapasitesinin keşfi, alternatif yaşam ve tatil seçeneklerinin tekipleşmesine bağlı gelişen alternatif tatil arayışı ile seyahat etme ve ekoyerleşkelerde gönüllü olma durumlarını içermektedir. Ekoyerleşkelerin *Alan paylaşımı* amacı, gönüllülerin keşifsel nedenlerini tamamlar nitelikte alternatif yaşamı ve yaşam alanlarını paylaşma, alternatif bir boş zaman geçirme alanı sunma için gönüllülük sistemine dahil olmalarını ifade etmektedir.

Eğitsel, yerleşkelerin projelerinin amacını paylaşmak, gönüllülüğü arttırmak, ekolojik bilinçlendirme sağlamak, ekolojik yaşam pratiklerini

Tablo 1. Ekoyerleşkelerle İlgili Genel Veriler

Yerleşke Kodu	Bulunulan Bölge	Yaşam Biçimi	Kişi Sayısı	Görüşülen Kişi Sayısı
Ekoyer1	Ege	Tek haneli	2	1 yerleşke sakini 2 gönüllü
Ekoyer2	Karadeniz	Tek haneli	5	1 yerleşke sakini
Ekoyer3	Ege	Tek haneli & Proje Alanı	1	1 yerleşke sakini
Ekoyer4	Marmara	Çok haneli & İşletme	4	2 yerleşke sakini 1 çalışan 1 gönüllü
Ekoyer5	Akdeniz	Tek haneli & işletme	2	2 yerleşke sakini
Ekoyer6	Ege	Tek haneli	1	1 yerleşke sakini 1 gönüllü
Ekoyer7	Akdeniz	Çok haneli İşletme	10+ (değişken)	2 yerleşke sakini 3 gönüllü
Ekoyer8	Ege	Çok haneli	10+ (değişken)	1 yerleşke kurucusu 1 gönüllü
Ekoyer9	Ege	Tek haneli	2	2 yerleşke sakini 1 gönüllü
Ekoyer10	Ege	Tek haneli	2	1 yerleşke sakini
Ekoyer11	Marmara	İşletme	1	1 yerleşke sakini
Ekoyer12	Akdeniz	Proje Alanı	1	1 yerleşke sakini 2 gönüllü

paylaşmak gibi amaçlarıyla; gönüllülerin ekolojik yaşamı, ekolojik yaşam pratiklerini, bölge mutfağını, kültürünü, kişilerin hayat tarzlarını öğrenme için seyahat etmelerini içermektedir. Yerleşkelerin ve gönüllülerin tümü öğrenmeyi sıklıkla vurgulamıştır. Ekoyer12, proje dahilinde gönüllülere ve ziyaretçilere ekolojik olmayan yaşamın, maruz kalınan yapay evrimin dünya ve insan üzerindeki etkileri konularında bilinçlendirme amacı da gütmektedir. Ekoyer1 insanların kendi gıdasını üretmesinin, hayatta kalmalarını sağlayacak temel yeterlilikleri kazanmalarının

önemini vurgulamış; gereken bilgi ve becerinin öğretilmesini kendilerine görev kabul ettiklerini belirtmişlerdir. Ekoyer11 ise öğrencilerin staj dönemlerini yerleşkelerinde geçirmeyi tercih ettiklerinden bahsetmiştir.

Ekolojik yaşam, gönüllülerin kendi çiftliklerini kurmadan önce kendilerini doğada yaşarken değerlendirebilme hedeflerini; yerleşkelerinse kişilere model olma, örnek olma, yol gösterme misyonlarını ifade etmektedir. Özellikle altı aydan fazla gönüllü olanların, kendi yerlerini oluşturmada önce doğada yaşama, ekolojik yaşam

Tablo 2. Tercih Nedenleri

	Gönüllülerin Yerleşkeleri Tercih Etme Nedenleri	Yerleşkelerin Gönüllü Kabul Etme Nedenleri	
	Doğa koşullarında yaşama yetisinin keşfi		
Keşifsel	Yapaylıktan uzaklaşma Ekolojik yaşamın keşfi ve tecrübesi	Alternatif yaşamı paylaşma Alternatif boş zaman değerlendirme imkanı sunma	Alan paylaşımı
	Alternatif yaşam ve tatil arayışı		
	Staj		
Eğitsel	Doğal yaşamı ve ekolojik yaşam pratiklerini, bölge mutfağını, yerel ve kültürel özellikleri öğrenme	Bilgi alışverişi Ekolojik bilinçlendirme Hayatta kalma becerilerinin, ekolojik pratiklerin öğretilmesi	Eğitsel
	Çiftlik kurma öncesi tecrübe ve gözlem		
Ekolojik yaşam	Çiftlik kurma isteği	Örnek olma Model olma	Ekolojik yaşam
	Bedava konaklama ve yeme-içme		
Faydacı	-	İş yoğunluğu Teknik destek ihtiyacı Maddi destek (işletmeler için)	Faydacı
	Kurucuyla tanışmak		
Sosyal	Yerel halkla etkileşim İnsan hikayeleri dinleme	Kültürel etkileşim Farklı insanlar tanımak Hoşgörüyü artırma Yerel halkın (çalışanların); Ufkunu açmak Farklı kültürlerden insan tanımaları Gönüllü-yerel halk etkileşimi	Sosyal
	Şehir yaşamından sıkılma Doğanın iyileştirici gücünden yararlanma		Psikolojik
Psikolojik	Boşlukta kalma Standart yaşamlardan sıkılma Şehirdeki fiziksel ve psikolojik problemler Özel hayata dair sorunlar	Doğada Alternatif Yaşamı Yaratma ve Paylaşma Alternatif ve ekolojik yaşamın paylaşılması/öğretilmesi, Gıda ormanı yaratma, Birlikte yaratım Doğaya Dönüş Doğanın keşfi	Ekolojik
Ekolojik	Hayvanlarla, doğayla etkileşim Kırsalı tanıma		
Popülist	Gönüllülük sisteminin küreselleşmesi Ekoturizmin sükse yapmış olması		Popülist

pratiklerine alışma süreçlerini tecrübeli kişilerle geçirme adına gönüllü oldukları belirtilmiştir.

Faydacı, gönüllülerin yerleşkeleri bedava konaklama, yeme-içme imkanları nedeniyle cazip görmesini; yerleşkelerin yapılması gereken işlere destek alabilmek amaçlarıyla gönüllü kabul etme nedenlerini içermektedir. Gönüllülerin tamamı için yerleşkelerin bedava konaklama, organik yeme-içme imkanı sunması önemli bir faktördür. Gönüllülerin yerleşkelerdeki işlere yardımcı olmaları; yetersiz sakini olan, günlük/mevsimsel işler için fazladan çalışanları olmayan ekoyerleşkelerle, gıda ormanı yaratma amacı güden fakat işçi çalıştırmayan ekoyerleşkeler için önemlidir. Gönüllülerin ve yerleşkelerin en çok vurguladığı hususlardan biridir.

Sosyal, gönüllüler açısından yerleşke sakinleriyle, yerel halkla etkileşimi ifade ederken; yerleşkeler açısından farklı insan tanıma, yerleşkelerdeki sosyal yönü zenginleştirme, kırsal bölgelerdeki halkların farklı insanlarla etkileşime geçmelerini, farklılıklara hoşgörü kazanmalarını sağlama amaçlarını ifade etmektedir. Özellikle Ekoyer11 bulunduğu bölgede memleketi olmasına rağmen kendisinin de ilk başlarda kabul görmediğinden bahsetmiş, her yıl stajyer öğrenci ve gönüllü olarak yerel halktaki farklı insanlara karşı olan önyargıları kırmaya çalıştığını açıklamıştır. Ekoyer8 ise, ekosistemlerde ortak yaşam olarak yorumlanan, özellikle kırsal alanlarda eski zamanlarda görülen dayanışma kültürünün tüm insanlar arasında da olabilmesi, çocukların bu ihtimalin yaşatıldığı bir alanda büyüebilmesi adına gönüllü kabul ettiklerinden bahsetmişlerdir. Ekoyer6, sadece kendisiyle tanışıp sohbet etmek için de gönüllü olduğundan bahsetmiştir.

Psikolojik, gönüllüler açısından bulunulan ortama ait hissetmeme, psikolojik-fiziksel sorunlardan doğayla arınma, şehir yaşamının rutinlerinden, manipülasyonlarından kurtulma gibi nedenleri; yerleşkeler açısından ise kişilerin yaşadıkları buhranın nedenlerinin sorgulanmasına vesile olma amaçlarını içermektedir. Kişilerin şehir hayatında yaşadıkları sıkıntıların; fiziksel-psikolojik problemlerinin sistem dışına çıkma, doğaya dönme, doğada iyileşme isteklerinde belirleyici olduğundan bahsedilmiştir. Ekoyer1,

Ekoyer3, Ekoyer5, Ekoyer11 yaşanan buhranları kişilerin doğadan, doğaldan uzaklaşması ile ortaya çıktığından, çözümünse yine doğada aranması gerektiğini vurgulamışlardır.

Ekolojik, gönüllülerin doğayla, hayvanlarla etkileşime geçebilme, kırsal tanıma gibi nedenlerini ifade etmektedir. Çevresinde vahşi hayvanların gözlemlenebildiği izole bir alan olan Ekoyer3, çevresinde vahşi yaşam gözlemlenebilen, yerleşke içerisinde birçok farklı türde hayvanın bulunduğu Ekoyer5, Ekoyer7, vahşi hayvan rehabilitasyonunun gerçekleştirildiği Ekoyer12 hayvanlarla etkileşim kurabilmek adına gönüllü olunan, karşılığında hayvanlarla ilgili birçok bilgi elde edilebilen yerlerdendir. Yerleşkelerin psikolojik ve ekolojik grubuna karşılık olabilecek nedenleri; alternatif yaşamın paylaşılması ve doğaya dönüş pratikleri etrafında şekillenmektedir. Yerleşke sakinlerinin buhranları değerlendirme ve çözüm olarak ekolojik yaşamı seçerek kişilere doğal yaşamı tecrübe ettirme, doğada birlikte üretme, yaşamsal yetiler kazanma, kapitalist yaşam-tüketim kalıplarına alternatif çözümler sunma istekleri, yerleşkeler açısından psikolojik nedenler kısmını oluşturmaktadır.

Popülist, ekolojik yaşam alanları ve farklı ekoturizm uygulamalarının medyada daha fazla yer alması, ekoyerleşkelerin ve gönüllülük sisteminin daha popüler bir tatil tercihinin dönüşmesi gibi nedenlerin gönüllülerin ekoyerleşkeleri tercih etmesine; yerleşkelerinse gönüllülük sistemine dahil olmasına neden olduğu iddiasını içermektedir.

Gönüllü-Yerleşke Uyumsuzlukları

Bu bölümde; ekoyerleşke sakinleriyle gönüllülerin tercih nedenlerindeki uyumsuzlukların farklı aşamaları yerleşkeler özelinde ele alınarak tanımlanmıştır. Ekoyer 2 ve Ekoyer 4'ün hem gönüllü hem de yerleşke sakini açısından nedenler ekolojik yaşam tecrübesi ve bilgisi edinme noktasında kesişmiştir. Yerleşkeler uyumsuzluk sınıflandırmasına dahil edilmemiştir.

Tercih nedenlerinin değerlendirilmesinde uyumsuzluk üç derecede sınıflandırılmıştır. İlki sorun yaratmayan, kendiliğinden uyumlanan ve/veya kolayca uyumlanabilecek *adapte edilebi-*

lecek uyumsuzluğu ifade etmektedir. Ekoyer10 ve Ekoyer5'te yerleşke sakinlerinin gönüllülerden yerleşke içerisinde farklılık katmaları, sosyal çeşitlilik sağlamalarını beklemektedirler. Gönüllülerse daha çok bireysel tecrübelerle odaklanmaktadır. Ekoyer10 gönüllüleri uzun ve birkaç farklı destinasyonu ziyaret ederek farklı kültür ve yaşam biçimlerini tecrübe etmeyi hedefleyen seyyahlardan oluşmaktadır. Bu bağlamda Ekoyer10'da geçirdikleri zamanın temel nedeni o bölgenin doğasında yaşamak ve şartlara adapte olabilmek kabiliyetini ölçmek ve gözlemlemektir. Ekoyer10 gönüllü kabul etme nedenlerini sadece farklı kültürlerden ve yaşam tarzlarından insanlarla tanışmak olarak açıklamışlar ve öğretmeye açık olduklarını ifade etmişlerdir. Ekoyer5'de gönüllü olan kişiler şehir yaşamından sıkılma, hayvanları gözleme ve etkileşime geçebilme şansı yakalama gibi nedenlerden bahsetmişlerdir. Bu noktada gönüllülerin sosyal yaşama katılım talebine uyum göstermelerleriyle yerleşkelerle gönüllüler arasında bir uyumsuzluk doğmamaktadır. Bu gibi yerlerde sosyal paylaşımın geliştirileceği yolların çeşitlendirilmesi ve ölçeğinin genişletilmesi gerekmektedir.

İkinci uyumsuzluk aşaması; rutinlerin ve işlejin aksamalarına neden olabilen, çift boyutlu uyumsuzlukları ifade eden *dönüştürülebilir uyumsuzluklardır*. Öncelikle ekoyerleşkelerin sadece bedava konaklama amacıyla tercih edilmesi, Ekoyer3'teki gibi sorumluluk kısmının göz ardı edilmesine; ekoyerleşkelerin sadece psikolojik rahatlama için tercih edilmesi, Ekoyer1 ve Ekoyer3'teki gibi bu yerlerin yaşam alanı olduğunun, yaşamın devam ettirilmesi için yapılması gerekenler olduğunun unutulabilmesine ve yerleşkelerdeki yaşamdan soyutlanmaya neden olabilmektedir. Benzer şekilde daha çok sosyal nedenlerle gönüllü isteyen yerleşkelerin eko-yaşamla ilgili bilgi elde etme, doğayla-hayvanlarla etkileşime geçme isteği olan gönüllülerin sosyalleşmeye katkıları yetersiz kalabilmektedir. Ekoyer8'deki gibi salt teknik bilgi alma nedeniyle gelen bazı gönüllülerin dayanışma ve yardımlaşma kültürünü benimsemeyen ekoyerleşkelerin yaşamlarına katılımları uyumsuzluk yaşanabilmesine neden olabilmektedir. Bu uyumsuzluklar,

yerleşke-içi görev rotasyonu ile çözülebilmektedir.

Üçüncü uyumsuzluk aşamasıysa yerleşkeler ve gönüllüler arasında derin farklılıkların görüldüğü; sorun ve gerginliklerin yaşanmasına neden olan *çatışma yaratan* derin uyumsuzlukları ifade etmektedir. Bu uyumsuzlukların özellikle belirli plan dahilinde amaçları gerçekleştirmek adına kurulan, gönüllülerden zihinsel, fiziki vb. destek bekleyen bireysel proje girişimlerini; Ekoyer6, Ekoyer12, Ekoyer9'da olduğu gibi psikolojik rahatlama, şehir yaşamından sıkılma, dinlenme, alternatif tatil arayışı, bireysel tecrübeler kazanma, vahşi hayvan etkileşimi, popülerlik gibi nedenlerle gönüllü olan kişilerin tercih etmesiyle ve proje gerekliliklerine katılma noktasında pasif kalmalarıyla ortaya çıktığı görülmüştür. Bu özelliklerdeki ekoyerleşkelerde iş yükü, dışarıdan destek alınmasını zorunlu kılmaktadır. İhtiyaç duyulan yardımı sunmayacak kişilerin gönüllü olmaları, aksamaları beraberinde getirmiştir. Aksamalar; proje alanı kurmayı engellemenin yanında, mevsim geçişleriyle uzun dönemli duraksamalara, bazen geri döndürülemez hataların oluşmasıyla proje aşamalarının baştan başlamasına veya projenin son bulmasına ve etik çıkmazların görülmesine neden olabilmektedir. Proje giderleri, günlük tüketimler bağlamında maddi kayıplar gibi olumsuzluklar yaşanırken, stresin artmasıyla gönüllülüğün de ekoyerleşkelere psikolojik bir yüke dönüşebileceği belirtilmiştir. Farklı olarak; Ekoyer11 yerel halkın farklı insanlara yaklaşımlarını yumuşatmak amacıyla gönüllü kabul etmektedir. Yerleşkeyse çoğunlukla bireysel tecrübeler, eğitsel amaçlarla tercih edilmiş, yerel halk etkileşiminden kaçınılmasıyla gönüllülük amaca hizmet etmemeye başlamıştır. Diğer taraftan gönüllüler ekoyerleşkeleri öğrenme, rahatlama, etkileşim gibi olumlu nedenlerle tercih ederken; hedeflerin uyumsuzluğu nedeniyle stresli bir tecrübe yaşamak durumunda kalmakta, zaman zaman öngörülemeyen ağır şartlarda çalışmak durumunda kalmaktadırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada; Türkiye'deki gönüllü ekoturizm uygulamalarında görülen tercih nedenleri; tec-

rübe, keşifsel, faydacı, ekolojik yaşama geçiş, sosyal, psikolojik, ekolojik ve popülist nedenler olarak ortak başlıklarda; uyumsuzluklarsa derinliklerine göre adapte edilebilir, dönüştürülebilir, çatışma yaratan uyumsuzluk aşamaları olarak sınıflandırılmıştır. Konu iki taraflı nedenlerin anlaşılabilmesi, uyumsuzluğun çıkış noktasının saptanması, çözüm geliştirilebilmesi açılarından önemlidir. Üç aşamada belirtilen uyumsuzlukların ortadan kaldırılarak uyumlu gönüllü-ekoyerleşke eşleştirilmesinin sağlanması huzurlu, üretken ve tatmin olunan bir gönüllülük tecrübesi yaşanmasını sağlayacaktır.

Türkiye'deki ekoyerleşkelerin genelde tek haneli olup az sayıda gönüllüye ev-sahipliği yapabilmeleri araştırmaya dahil edilen kişi sayısının sınırlı kalmasına neden olmuştur. Cevap çeşitliliği açısından tatmin edilir sonuçlar alınmış olmasına rağmen, bu durum araştırmada karşılaşılan en büyük sınırlılıktır. Bunun dışında yerleşkelerin ulaşımalarının farklı iklim şartlarında zor ve bazen imkansız olması, konaklama imkanlarının kısıtlı olması araştırmacının zorlu koşullarda ve kısa sürede yapılmasına zorunlu kılmıştır.

Araştırmaya dahil olan gönüllülerin, alanyazında itici faktörler olarak tanımlanan kişisel amaçlarla güdülendikleri görülmektedir. Çalışmada geçen tecrübe kazanma, eğitsel başlıkları alanyazındaki understanding (anlama) başlığıyla; sosyal başlığı etkileşim (intreaction) (Chen ve Chen 2011) başlığı ile; faydacı başlığıysa "diğer" alanındaki ucuz tatille benzeşmektedir. Benzer şekilde; ekolojik yaşama geçişse yaşam tarzı ve işletme fikri olarak ekoyerleşke kurmak isteyen kişileri kapsadığı için işkoluyla (career) (Clary, Snyder ve Stukas 1996); psikolojik nedenlerse günlük yaşamdan kaçma (escape from everyday life) (Lo ve Lee 2011) başlığıyla benzerdir. Araştırma sonuçlarına benzer şekilde, Zengin ve Savgın (2016) ekoçiftliklerin stresten ve kalabalık ortamlardan uzaklaşmak tercih edildiğini belirtmiştir. Şahbudak ve Şimşek (2017), çiftliklerin kültürel değerlerin, ekolojik yaşam pratiklerinin aktarılmasıyla kentle kırsal arasında diyalogun güçlenmesinde; Şekerli (2018) TATUTA projesinin iş gücü ihtiyacının karşılanmasında, sosyo kültürel etkileşimde, bilgi alışverişinin sağlan-

masında katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Ahmadova ve Akova (2016) ise araştırmasına dahil ettiği ekoçiftliklerin turizme katılım nedenlerini sosyal ilişkilerin kurulması, yörenin doğal-kültürel özelliklerinin tanıtılması, gönüllülerin çiftlik işlerine yardımcı olmaları olarak özetlemiştir. Araştırmada alanyazından farklı olarak doğayla, hayvanlarla etkileşim ve ekoturizmin popülerliği nedenlerine ulaşılmıştır. Araştırma, çift yönlü veriler sunması ve karşılaştırma yaparak gözlenen sorunların asıl nedenini uyumsuzluklar dahilinde ortaya koymasıyla içerik olarak da alanyazından farklılaşmaktadır.

Eğitsel ve tecrübe noktalarında kişilerin nitelikleri, bilgi düzeyleri, bilgiyi aktarma becerileri, iletişim becerileri edinilecek tecrübenin niteliğini etkileyecektir. Yerleşkelerde sunulan eğitsel faaliyetlere ve/veya günlük rutinelere katılımdaki isteklilikse gönüllülerin yerleşke dinamiklerini benimsemesiyle; benimsemenin sürdürülebilirliğiyle, yaşanan tecrübelerin ne derece ilgiler/isteklerle örtüştüğü, ilgi çekici ve tatmin edici olduğuyula alakalıdır. Araştırmada sunulan tecrübe, keşifsel, tektipleşme, eğitsel başlıkları birbirleriyle ilişkili; öğrenmeyle boş zamanların verimli geçirilmesini ifade eden nedenlerdir. Ekolojik yaşama geçiş; gönüllülerin öğrenmenin ötesinde doğal yaşamda kendi yeterliliklerini değerlendirebilecekleri tecrübe arayışında olduğunu göstermektedir. Bu tarz gönüllülerin öğretmeye açık, model olma amacı güden yerleşkeleri ziyaret etmeleri istediklerine ulaşabilmelerini, yerleşkelerin de bilgi paylaşabilmelerini sağlayacaktır.

Psikolojik faktörlerin ayrı alınmasının nedeni; şehir hayatıyla ve içinde yaşanan sistemle ilgili sorunları olan insanlara dikkat çekmesidir. Kişilerin ihtiyaç duydukları, talep ettikleri ortamların iyi analiz edilebilmesiyle; direkt olarak şehir insanının tükenmişlik durumuna yönelik, ekolojik yaşamın tecrübe edilmesinin yanında, rehabilitasyon hizmetiyle zenginleştirilen ekoyerleşkelerle yeni bir ekoturizm arzının doğması mümkündür.

Ekoyerleşkeler en büyük sorunu, kendilerini *sadece* bedava konaklama alanı olarak nitelendiren gönüllülerle yaşadıklarından bahsetmişlerdir. Yerleşkelerin bedava konaklama imkanı-

nı ekolojik yaşamın gerektirdiklerini paylaşma; fiziksel/zihinsel destek sağlama; sosyal yaşamı zenginleştirme gibi katkıların bir geridönüşü olarak sağladığının bilincinde olunması uyumsuzluk yaşanmaması için gereklidir. Yerleşkelerin bir kısmı bu algıyı kırabilmek adına bazı gönüllü kriterleri belirlemiş ve gönüllüleri elemeyen geçirmeye başlamışlardır. Kriterler genellikle zaman zaman sert olabilen yaşam şartlarına uyumlu olabilecek kişilerin gelmesi gerektiği etrafında şekillenmiştir. Sigarayla alkol, uyuşturucu madde tüketimi gibi güvenliği tehdit edebilecek unsurlar; israf gibi art niyetli davranışlar dışında kriterler doğadaki yaşamın zorunlu kıldığı özelliklere yöneliktir. Ekoyerleşkelerde yaşamın devamlılığının/sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi belirlenen kriterlere uyan insanlarla mümkün görülmektedir. Kriterler; gönüllülerin doğal yaşamı görmek, tecrübe etmek, öğrenmek, doğal yaşama karşı olan motivasyona sahip olmaları gerektiğini ifade eden *ekolojik yaşam motivasyonu*, doğa şartlarına, yerleşke ortamına adapte olabilme, sade yaşam sürebilme yetilerini ifade eden *adaptasyon becerisi* ve uyumluluğu ve pozitif olmayı ifade eden karakter kriterlerinden oluşmaktadır. Kriterler sadece gönüllü ve/veya ziyaretçiler için değil, yerleşke sakinleri için de geçerlidir.

Yerleşkelerce belirlenen kriterlerin her iki taraf için belirlenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde gönüllülük süreci maddi/manevi ekoyerleşkeler aleyhine işlemekte ve gönüllüler de ekoyerleşke tecrübelerinden memnun ayrılmamaktadırlar. Oluşan karmaşanın asıl nedeni; Türkiye'deki gönüllülük sisteminin uluslararası sistemden farklılık göstermesidir. TATUTA aracılığıyla gönüllü olan kişiler, gönüllülük için ücret ödemekte, sadece sisteme üyelik ücreti ödenmektedir. Bu durum önemsiz bir ayrıntı gibi görünse de Türkiye'de zaten muğlak olan gönüllü turist ve çalışan turist kavramlarının daha da karışmasına neden olmaktadır. Bir bedelin ödenmemesi ve/veya kişisel gelişim, fayda sağlama gibi kişisel motivasyonlar dışında itici bir gücün bulunmaması kuralsızlık ve disiplinsizlik doğurabilmektedir. Sistemiyse yardım etmek istememe ve/veya aşırı çalıştırma gibi yollarla suistimale açık hale getirmektedir. Bu gerçek; gönüllülüğe ve kişisel iş ahlakına dayalı sistemde, gönüllü-eko-

yerleşke eşleştirilmelerinin uygun yapılmasının önemini daha da derinleştirmektedir. Bu noktada, Türkiye'deki gönüllü turizm algısının netleştirilmesi önemlidir.

Uyumsuzluklar karşılıklı talepleri/beklentileri ayrıntılı olarak sunan aracı eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Veritabanlarında yerleşkelerle ilgili veriler sınırlı; gönüllülerle ilgiliyse hiç veri bulunmamaktadır. Sistem; bireysel iletişim ve onayla işlemektedir. Dolayısıyla, gönüllülerin bu kısıtlılıkta yerleşkelerin kişisel veya profesyonel proje alanı olduklarını anlamaları, ekoyerleşkelerin ise uygun gönüllüleri seçebilmeleri her zaman için mümkün değildir. Bu araştırmadaki benzer ve/veya daha ayrıntılı profillerin/sınıflandırmaların oluşturularak şeffaf şekilde sunulması, alternatiflerin belirlenmesi ve mevcut platformların bu verilerle genişletilmesi gerekmektedir. Amaca yönelik filtrelemelerle hem ekoyerleşkelerin hem de gönüllülerin kalabalık alternatif havuzu içerisinde kendilerine uygun kişilere erişimi kolaylaştıracaktır.

Araştırma yürütülürken ekoyerleşkelerin gönüllülük sistemine katılma nedenleriyle ilgili bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırmada, yerleşkelerce bilinen iş yoğunluğunun paylaşılması, alternatif yaşam rutinlerinin tanıtılması, ekolojik pratiklerin öğretilmesi gibi nedenlerin yanında; etik değerlerin paylaşılması, dayanışma kültürünün beslenmesi, kültürlerarası iletişime aracılık misyonlarının da kabullenildiği görülmüştür. Fakat, ekoyerleşkelerin gönüllü kabul etme nedenleriyle Akın vd. (2021) belirlediği kuruluş amaçlarının benzer olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle ekoyerleşkeler gönüllülüğü kuruluş nedenlerini sürdürebilmek için bir araç olarak kullanmaktadırlar. Konuyla ilgili yapılacak yeni araştırmalarla ilişki ağlarının çıkarılmasıyla teorik bir taban oluşturulması; ürün-hizmet geliştirme, çeşitlendirme, ekodestinyasyon planlaması ve yönetimi gibi konularda alanyazına ve ekolojik girişimcilere yol gösterilmesi mümkündür. Araştırma sonuçlarının alanda değerlendirilmesi doğru arzın doğru taleple buluşmasını sağlayarak gönüllü ekoturizm ilişkilerinin huzurlu, üretken, verimli, etkin bir sistemde yürütülmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahmadova, S. ve Akova, O. (2016). Türkiye’de Organik Ekoturizm Çiftlikleri Üzerine Bir Araştırma, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1): 14-29.
- Cicik, Ş. ve Akdağ, G. (2021). Çiftlik Turizmi Uygulamalarının Permakültür Gönüllülerinin Motivasyonlarına Etkisi, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5 (2): 359-387.
- Akın, A., Akın, A., Baş, M. ve Karakan, H. İ. (2021). Pandemi Döneminde TaTuTa Çiftliklerinin Uyguladığı Stratejiler, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (3): 1896-1911.
- Aytaçlı, B. (2012). Durum Çalışmasına Ayrıntılı Bir Bakış, *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3 (1): 1-9.
- Bailey, A. ve Russel, K. (2010). Predictors of Interpersonal Growth in Volunteer Tourism: A Latent Curve Approach, *Leisure Sciences*, 32: 352-368.
- Benson, A. ve Siebert, N. (2009). Volunteer Tourism: Motivations of German Participants in South Africa, *Annals of Leisure Research*, 12 (3-4): 295-314.
- Brown, S. ve Lehto, X. (2005). Travelling With a Purpose: Understanding The Motives And Benefits Of Volunteer Vacationers, *Current Issues in Tourism*, 8 (6): 479-496.
- Callanan, M. ve Thomas, S. (2005). Volunteer Tourism: Deconstructing Volunteer Activities Within a Dynamic Environment. İçinde; M. Novelli (Editör), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends And Cases* (ss. 183-200). Boston, MA: Elsevier.
- Chen, L.J. ve Chen, J.S. (2011). The Motivations and Expectations of International Volunteer Tourists: A Case Study If Chinese Village Traditions, *Tourism Management*, 32 (2): 435-442.
- Clary, E. G., Snyder, M., Stukas, A. A. (1996). Volunteers’ Motivations: Findings From a National Survey, *Non Profit And Voluntary Sector Quarterly*, 25 (4): 485-505.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi. Araştırma Tasarımları Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Gray, N. J. ve Campbell, L. M. (2007). A Decommodified Experience? Exploring Aesthetic, Economic and Ethical Values for Volunteer Ecotourism in Costa Rica, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5): 463-482.
- Grimm, K.E. ve Needham, M.D. (2012a). Moving Beyond the I in Motivation: Attributes and Perceptions of Conservation Volunteer Tourists, *Journal of Travel Research*, 51 (4): 488-501.
- Grimm, K.E. ve Needham, M.D. (2012b). Internet Promotional Material and Conservation Volunteer Tourist Motivations: A Case Study of Selecting Organizations and Projects, *Tourism Management Perspectives*, 2012 (1): 17-27.
- Güneş, S.G. ve Parlak, O. (2020). The Role of Voluntary Recreation Activities in the United Nations 2030 Sustainable Development Goals, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4): 1-15.
- Han, H., Meng, B., Chua, B.L., Ryu, H.B. ve Kim, W. (2019). International Volunteer Tourism And Youth Travelers—An Emerging Tourism Trend, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (5): 549-562.
- Hatırnaz, B., Konaklıoğlu, E. (2021). Ekolojik Yerleşmeye Sahip Olmanın Zorlukları: Turizm ve Ekolojik Yaşam Bağlamında Bir Değerlendirme, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8 (3): 268-288.
- Irshad, H. (2010). *Rural Tourism An Overview*. Government of Alberta. Kanada: Agriculture and Rural Development.
- Kurnaz, H. A. (2020). Gönüllü Turizm. İçinde: Güneş, S.G. ve Özdemir S. Akgül, (Ed.), *Sorumlu Turizm* (ss. 133-152). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kuş, E. (2003). *Nitel-Nitel Araştırma Teknikleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Leco, F., Pérez, A., Hernández, J.M. ve Campón, A.M. (2013). Rural Tourists and Their Attitudes and Motivations Towards the Practice of Environmental Activities such as Agrotourism, *International Journal of Environmental Research*, 7 (1): 255-264.
- Lo, A.S. ve Lee, C.Y.S. (2011). Motivations And Perceived Value of Volunteer Tourists from Hong Kong, *Tourism Management*, 32 (2): 326-334.
- Lobley, M., Butler, A. ve Reed, M. (2009). The Contribution of Organic Farming to Rural Development: An Exploration of The Socio-Economic Linkages of Organic and Non-Organic Farms in England, *Land Use Policy*, 26 (3): 723-735.
- Mostafanezhad, M. (2016). Organic Farm Volunteer Tourism as Social Movement Participation: A Polanyian Political Economy Analysis of World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) in Hawaii, *Journal of Sustainable Tourism*, 24 (1): 114-131.
- Nolan, R. ve Rotherham, I. (2012). Volunteer Perceptions of an Ecotourism Experience: A Case Study of Ecotourism to The Coral Reefs of Southern Negros in The Philippines, *Journal of Ecotourism*, 11 (3): 153-172.
- Otoo, F. (2013). Motivations of American Volunteer Tourists to Ghana, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2 (4): 1-12.
- Otoo, F. ve Amuquandoh, F. (2014). An Exploration of The Motivations for Volunteering: A Study of International Volunteer Tourists to Ghana, *Tourism Management Perspectives*, 11: 51-57.
- Pan, T.J. (2012). Motivations of Volunteer Overseas and What Have We Learned—The Experience of Taiwanese Students, *Tourism Management*, 33 (6) : 1493-1501.
- Proyrungraj, R. (2017). Orphan Volunteer Tourism in Thailand: Volunteer Tourists Motivations and On-Site Experiences, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41 (5): 560-584.
- Sharpley, R. ve Vass, A. (2006). Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study, *Tourism Management*, 27 (5): 1040-1052.
- Shucksmith, M., Rønningen, K. (2011). The Uplands After Neoliberalism? The Role of The Small Farm in Rural Sustainability, *Journal of Rural Studies*, 27 (3): 275-287.
- Şahbudak, E. ve Şimşek, O. (2017). Alternatif Bir Ekolojik Yaşam Modeli: TaTuTa (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası) Projesi, *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7 (3): 313-332.

- Şekerli, S. (2018). Tarım Turizmi (Tatuta) Projesi Kapsamında Faaliyet Gösteren Ekolojik Çiftliklerde Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Wearing S. (2001). *Volunteer Tourism: Seeking Experiences That Make a Difference*. Büyük Britanya : CAB International, Wallingfor.
- Wearing, S. (2004). Examining Best Practice in Volunteer Tourism. İçinde, R. Stebbins ve M. Graham (Editörler). *Volunteering as Leisure / Leisure as Volunteering*. Cambridge: CABI.
- Uriely, N., Reichel, A. ve Ron, A. (2003) Volunteering in Tourism: Additional Thinking, *Tourism Recreation Research*, 28: 57-62.
- Yamamoto, D. ve Engelsted, A.K. (2014). World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) in The United States: Locations and Motivations of Volunteer Tourism Host Farms, *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (6): 964-982.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. (1984). *Case Study Research: Design and Methods*. (3. Baskım). California: Sage Publications.
- Zengin, E. ve Savgın, C. (2016). Türkiye Çiftlik Turizminin Neresinde?, *Bahkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (35): 475-493.



Beyza HATIRNAZ

Yüksek lisans (2016) ve doktora (2021) derecelerini Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde Turizm İşletmeciliği alanında aldı. Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı (2012), Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde lisansüstü eğitimini tamamlamak üzere görevlendirildi (2013). Gazi Üniversitesi'ndeki görevinden ayrılarak Düzce Üniversitesi'ndeki görevine devam etmeye başladı (2020-). Temel çalışma alanları, ekolojik etik, ekolojik alan planlaması, ekoturizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınmadır.



Ece KONAKLIOĞLU

Yüksek lisans derecesini Gazi Üniversitesi'nden Yönetim Organizasyon Dalı'ndan (2005), doktora derecesini de Gazi Üniversitesi'nden İşletme Dalı'ndan aldı (2011). Gazi Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2002). Üniversitenin isim değişikliğinden sonra da Doçent Doktor olarak görevine Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde devam etmektedir. Temel çalışma alanları, turizm ve otel işletmeciliği, turizm eğitimi, girişimcilik ve yiyecek içecek yönetimidir.

Restoran Zincirlerinin Finansal Başarısızlık Riskleri ve Covid-19'un Etkisi

The Financial Failure Risks of Restaurant Chains and The Impact of Covid-19

Cemile ÖCEK*, Fatma Senem BEYAZ, Erdinç KARADENİZ*****

* (Sorumlu Yazar) Doktora Öğrencisi Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Çiftlikköy Kampüsü, 33110, Mersin, Türkiye.

E-posta: cemile_ocak@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-6376-3820

**Doktora Öğrencisi Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Çiftlikköy Kampüsü, 33110, Mersin, Türkiye.

E-posta: senembyz@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-7895-8006

*** Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Çiftlikköy Kampüsü, 33110, Mersin, Türkiye.

E-posta: ekaradeniz@mersin.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2658-8490

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 23 Aralık 2021

Birinci düzeltme: 27 Nisan 2022

Kabul: 14 Haziran 2022

Anahtar sözcükler: Finansal başarısızlık riski, Finansal başarısızlık tahmin modelleri, Restoran zincirleri, Covid-19 salgını, Wilcoxon işaretli sıra testi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 23 December 2021

Resubmitted: 27 April 2022

Accepted: 14 June 2022

Key words: Financial failure risk, Financial failure prediction models, Restaurant chains, Covid-19 epidemic, Wilcoxon signed-rank test.

GİRİŞ

Yiyecek içecek sektörü, sunulan ürünlerin çeşitli olması, tüketicilerin eğilim ve alışkanlıklarının hızla değişmesi, işletme tür ve sayılarının artması gibi nedenlerden dolayı rekabetin en yoğun şekilde yaşandığı sektörlerden biri konumundadır. Ülke ekonomileri içinde önemli yer tutan hizmet

ÖZ

Bu araştırmanın amacı marka değeri en yüksek restoran zincirlerinin finansal başarısızlık risk düzeylerini incelemek ve Covid-19 salgınının finansal başarısızlık riski üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu amaçla Brand Finance 2020 sıralamasına göre marka değeri en yüksek 17 restoran zincirinin, 2016-2020 yılları arasında finansal başarısızlık riskleri Altman Z Skor, Altman Z' Skor, Altman Z'' Skor, Springate, Fulmer ve Ohlson modelleriyle ölçülmüştür. Analiz sonucunda finansal başarısızlık riski taşıyan restoran sayısının tüm modellerde geçmişten günümüze yaklaşıpça artış eğiliminde olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte Covid-19 salgını öncesi (2016-2019) ve Covid-19 salgın dönemi (2020) arasındaki finansal başarısızlık risk skorları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığı Wilcoxon İşaretli Sıra Testi ile test edilmiştir. Elde edilen sonuca göre Ohlson modeli dışındaki tüm modellerde Covid-19 salgını öncesi ve salgın dönemi arasında finansal başarısızlık değerleri bağlamında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır.

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the financial failure risk levels of the restaurant chains with the highest brand value and to reveal the impact of the Covid-19 epidemic on the financial failure risk. For this purpose, the risks of financial failure of the 17 restaurant chains with the highest brand value according to the Brand Finance 2020 ranking were measured with Altman Z Score, Altman Z' Score, Altman Z'' Score, Springate, Fulmer and Ohlson models between 2016 and 2020. As a result of the analysis, it was determined that the number of restaurants at risk of financial failure tends to increase as we approach the past to the present in all models. However, whether there is a statistically significant difference in the context of financial failure risk scores between the pre-Covid-19 epidemic (2016-2019) and the Covid-19 epidemic period (2020) was tested with the Wilcoxon Signed Rank Test. According to the results obtained, a statistically significant difference was found between the pre-Covid-19 epidemic and the epidemic period in terms of financial failure values in all models except the Ohlson model.

sektörlerinden turizm sektöründe yer alan yiyecek içecek sektörü hızla büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Söz konusu sektör turistik ürünlerin temelini oluşturan kritik etmenlerden birisi olması ve turizm pazarlamasını etkilemesi nedeniyle yer aldığı bölgenin ekonomisine katkıda bulunurken turizm endüstrisi çalışanlarına da istihdam olanağı sağlamaktadır. Ödemeler

dengesine olumlu etkisinin olması, gelir etkisinin olması, gelir dağılımını düzenleyici etkisinin bulunması, küçük ölçekli işletmelerin gelişimini sağlaması, istihdam yaratması ve iş gücü çarpan etkisinin olması nedeniyle ülke ekonomileri için önem arz etmektedir (Albayrak 2014). Küresel rekabette sınırların ortadan kalktığı 21. yüzyılda, faaliyetleri başarılı bir şekilde yürütmek ve değer yaratmayı sürdürülebilir kılmak birçok işletme açısından olanaksız bir hale gelmiştir. Söz konusu durum işletmelerin daha açıldıkları ilk yıllarda iflasa kadar giden bir dizi olumsuz sonuçla karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır (Sarışık vd. 2010).

Dünya genelinde hızlı servis restoran endüstrisinin pazar büyüklüğü her yıl istikrarlı bir şekilde artış göstermiştir. 2011 yılında sektörün pazar büyüklüğü 692,06 milyar dolar iken, 2018 yılında sektör 862,58 milyar dolar değerinde pazar büyüklüğüne ulaşmıştır. 2019 yılında da artış devam ederek pazar büyüklüğü yaklaşık 875,26 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir. Ancak, korona virüsün (Covid-19) yayılmasını en aza indirmek amacıyla dünya genelinde uygulanan kısıtlamalar sonucunda 2020 yılında sektörün pazar büyüklüğü 736,15 milyar dolara gerilemiştir (Lock 2021). Bununla birlikte birçok restoran işletmesi iflasla karşı karşıya kalmıştır.

Finans alanyazınında işletme başarısızlığını açıklamada farklı kavramlar yer almaktadır. Çalışmaların birçoğunda, başarısızlık ile işletmelerin hukuki açıdan son bulma durumunu ifade eden iflas kavramına işaret edilirken, çalışmaların bazısında iflas kavramının yerine işletme başarısızlığı ya da finansal sıkıntı gibi kavramlara da rastlanmaktadır. Ancak işletmelerin finansal olarak başarısız olmaları, her zaman iflas ile sonuçlanan bir durum olmamaktadır. Dolayısıyla, başarısızlık kavramının daha geniş bir şekilde tanımlanması önem arz etmektedir (Karadeniz ve Öcek 2018). Beaver (1966), başarısızlığı vadesi gelen yükümlülüklerin yerine getirilememesi; Wilcox (1971), belirli iki zaman dilimi süresince işletmenin varlıklarında meydana gelen değer düşüklüğü şeklinde tanımlamaktadır. Altman vd. (2017) ise başarısızlığı işletmenin art arda iki sene zarar etmesi, işletmenin özkaynaklarının kayıtlı

sermayesinin altına düşmesi ve bağımsız denetim raporlarında işletme faaliyetlerinin sürekliliğine ilişkin endişeli durumların ortaya çıkması şeklinde tanımlamaktadır.

Finansal başarısızlık kavramını alanyazında ilk kez kredi değerlendirme kuruluşlarından birisi olan Dun & Bradstreet tanımlamıştır. Bu tanıma göre işletme başarısızlığı faaliyetlerin durma noktasına gelmesi ya da iflas durumunda olması; işletme açısından haciz, icra veya mülkiyetlerin rehin alınması; işletmenin isteği çerçevesinde faaliyetlerine son vermesi olarak nitelendirilmektedir (Altman ve Hotchkiss 2006). İşletmenin yükümlülüklerini yerine getirmemesi, işletmeye kayyum atanmış ya da işletmenin yeniden yapılandırılma durumunda olması; iflas anlaşması yapması şeklinde açıklanan durumlardan birinin var olmasının gerekli olduğu belirtilmiştir (Altman 1968). Aktaş (1993) ise finansal başarısızlığı, işletmenin üç yıl üst üste zarar etmesi ve üretimlerini durdurması olarak açıklamıştır.

İflas kavramı ise finansal başarısızlığın son safhası olarak nitelendirilmektedir. İflas yalnızca işletmenin veya üçüncü kişilerin istekleri doğrultusunda yargının kararıyla hukuki olarak kesinleşen bir durumu ifade etmektedir (Özdemir 2011). İflas, işletme yükümlülüklerinin varlıklarından fazla olması ve işletmenin yükümlülüklerini karşılayamaması durumudur. Bu bağlamda iflas etmiş işletmelerin özsermayeleri negatif olmaktadır (Aydın vd. 2014). Altman (1968) iflas kavramını, iflas başvurusunda bulunmuş olması, kayyumun atanmış olması ve iflas yasasına göre işletmenin reorganizasyon edilmesi olarak tanımlamaktadır.

Finansal başarısızlık riskinin önceden belirlenebilmesi ve söz konusu duruma kısa sürede müdahale edilebilmesi, işletmenin iflasa kadar gidebilen bir dizi olumsuz durumu önceden belirleyerek finansal başarısızlığın işletmeye olası etkilerini en aza indirebilmek açısından önemlidir. Bu bağlamda işletmelerin finansal yapılarının güçlü olup olmadığının ölçülmesi hususunda finansal oranlardan yararlanılabilmektedir. Finansal oranlar işletmelerin finansal tablolarından elde edildiğinden işletmelerin mevcut durumları hakkında bilgiler sunmaktadır. Söz

konusu oranlar miktar ve tutar açısından arındırılmış olduklarından işletmelerin mevcut durumlarını geçmiş yıllarıyla ve diğer işletmelerle kıyaslayabilme imkânı sunmaktadır (Selimoğlu ve Orhan 2015).

Bu araştırmanın amacı uluslararası marka değerlendirme ve strateji geliştirme kuruluşlarından birisi olan Brand Finance tarafından 2020 yılında yayımlanan dünyada marka değeri en yüksek 25 restoran zinciri listesindeki işletmelerin finansal başarısızlık risklerinin incelenmesi ve Covid-19 salgınının finansal başarısızlık riski üzerindeki etkisinin saptanmasıdır. Restoranların özellikle Covid-19 gibi kriz dönemlerinde finansal performanslarını ve gelecek için finansal başarısızlık tahminlerini sistematik olarak takip etmesi, finansal yönetimin gerekli bir unsuru ve işletmelerin iflasını önlemek için önemli bir araçtır. Makalede elde edilen bulgular, restoranların Covid-19 gibi düşük gelirli ve finansal kaynakların kıt olduğu kriz dönemlerinde finansal başarısızlığı etkileyen etmenlerin durumunu ve finansal performansını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Covid-19 salgın öncesi ve Covid-19 salgın dönemini karşılaştırarak işletme paydaşları için bilgi sunmaktadır. Ayrıca alanyazında yiyecek içecek sektörüne yönelik Covid-19'un etkisini inceleyen çalışmaların az sayıda olduğu belirlenmiştir. Covid-19'un restoranların finansal başarısızlık riskine ve finansal performansına etkisini inceleyen çalışmaya ise tarafımızca rastlanmamıştır. Bu bağlamda söz konusu çalışmanın alanyazındaki eksikliği gidereceği düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konuyla ilgili çalışmalar sunulmuştur. İkinci bölümde yöntemle ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgular tartışılmıştır. Son bölümde konuya ilişkin genel bir değerlendirme yapılmış ve önerilere yer verilmiştir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Finans alanyazınında finansal başarısızlığa yönelik araştırmalar ilk defa 1930'lu yıllarda gerçekleştirilmiştir ancak finansal başarısızlık kavramı 1970'li yıllarda yaşanan petrol krizi ile önem kazanmıştır. Gerçekleştirilen ilk araştırmalarda iş-

letmelerin finansal oranları incelenmiş başarısız işletmelerin önceki yıllara ait finansal oranlarında bozulmalar olduğu gözlemlenmiştir. Bu süreçte finansal başarısızlığı öngörmenin öneminin anlaşılmasıyla tahmin modelleri geliştirilmeye başlanmıştır (Beaver 1966).

Finansal başarısızlığı en doğru şekilde ortaya koyan yöntemlerin başında oran analizlerinin temel alındığı modeller yer almaktadır. Araştırmalar incelendiğinde, öncü çalışmalardan Altman (1968) beş finansal oran yardımıyla geliştirdiği model ile işletmelerin finansal başarısızlıklarını yüzde 94 düzeyinde doğru tahmin etmiştir. Springate (1978) çoklu ayırma analizine dayanan Springate modeliyle işletmelerin finansal başarısızlıklarını önceden yüzde 88 düzeyinde doğru tahmin etmiştir. Ohlson (1980) lojistik regresyon modelinde finansal başarısızlığı yüzde 82,6 oranında doğru tahmin edebildiğini belirtmiştir. Fulmer (1984) geliştirdiği ayırma analizinin finansal başarısızlığı doğru tahmin etme gücünün yüzde 91 olduğunu ifade etmiştir.

Restoranlara yönelik finansal başarısızlıkları tahmin eden çalışmaların kısıtlı olduğu ancak son dönemlerde ivme kazandığı belirlenmiştir. Cho (1994) oluşturduğu lojistik regresyon modeliyle restoranlarda finansal başarısızlığı önceden tahmin edebildiğini ifade etmiştir. Gu (2002) çoklu ayırma analizi kullanarak oluşturduğu model ile ABD'de bulunan restoranların iflasını yüzde 92'lik doğruluk oranıyla tahmin ettiğini belirlemiştir. Huo (2006) ABD'de restoranların finansal başarısızlık risklerini Altman, Springate ve Fulmer modelleriyle incelemiş ve en doğru finansal başarısızlık tahminlerini Altman modelinin sağladığını saptamıştır. Kim ve Gu (2006) restoranların finansal başarısızlıklarını geliştirdikleri lojistik regresyon modeliyle tahmin etmişlerdir; faiz ve vergi öncesi karı düşük, toplam yükümlülükleri fazla olan restoranların finansal başarısızlık riskinin daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Youn ve Gu (2010) restoranların finansal başarısızlık risk tahmininde lojistik regresyon ve yapay sinir ağ (ANNs) modellerinin oldukça başarılı olduğunu ortaya koymuşlardır. Lee vd. (2011), ABD restoranlarının sermaye yoğunluğu-

nu artırdıkça, kaldıracın finansal sıkıntı derecesi üzerindeki etkisinin azaldığını ifade etmişlerdir.

Kim ve Upneja (2014), ABD'deki finansal başarısızlık riski taşıyan restoranların borç/özsermaye oranının yüksek olduğunu, likidite problemi yaşadıklarını ve düşük kâr marjına sahip olduklarını saptamışlardır. Kim (2018) ABD'de yer alan restoranların finansal başarısızlık riski belirleyicilerinin borç/öz sermaye oranı, net kâr marjı ve hisse senedi fiyatı olduğunu tespit etmişlerdir. Becerra-Vicario vd. (2020) Derin tekrarlayan evrimsel sinir ağı (DRCNN) modelinin finansal başarısızlığı tahmin etmede lojistik regresyondan üstün olduğunu ve yöntemin iflastan bir yıl önce yüzde 93,50 oranında doğru tahminde bulunduğunu belirtmişlerdir. Chatfield vd. (2020) hisse senedi ihraç eden restoranların yüksek borç oranı, faiz süresi ve düşük net kâr marjı gibi nedenlerden dolayı finansal açıdan daha sıkıntılı olduğunu ifade etmişlerdir.

Oran analizine dayanan yöntemlerin dışında yüz yüze, yarı yapılandırılmış görüşme ve anket yöntemlerini kullanan çalışmalardan Parsa vd. (2005) restoran yoğunluğunun, firma büyüklüğünün, restoran sahibi-işletmecilerin gerekli işletme becerilerine sahip olmamalarının restoranların finansal başarısızlığını etkilediğini belirtmişlerdir. Camillo vd. (2008) San Francisco Körfez Bölgesindeki restoranların finansal başarısızlık risk nedenlerinin aşırı güven ve duygusal uyumsuzluk gibi iç faktörlerden kaynaklandığını saptamışlardır. Yacoub vd. (2021) Lübnan'daki restoranların finansal başarısız nedenlerinin zayıf insan kaynakları, yönetim politikaları, usulsüzlükler, kuruluş aşamasındaki yüksek maliyetler ve dekorasyon için yapılan yüksek harcamalar olduğunu saptamışlardır.

Yukarıda incelenen alanyazın genel olarak değerlendirildiğinde finansal başarısızlığın farklı yöntemler kullanılarak incelendiği söylenebilir. Restoranlara yönelik çalışmaların genellikle ABD'deki restoranlar üzerine gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Çalışmalarda finansal başarısızlığı önceden belirleyebilmek için oluşturulan modellerin finansal başarısızlığı öngörmedeki doğruluk oranlarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Finansal başarısızlık riski taşıyan resto-

ranların yükümlülüklerini karşılayamadıkları, likidite problemleri yaşadıkları ve kar oranlarının düşük olduğu söylenebilmektedir. Bununla birlikte, Covid-19'un finansal başarısızlık riski ve finansal performans üzerindeki etkisini farklı sektörlerde inceleyen çalışmaların var olduğu ancak restoranlara yönelik Covid-19'un finansal başarısızlık riski üzerindeki etkisini ve finansal performansa etkisini inceleyen çalışmaya tarafımızca ulaşılamamıştır. Bu bağlamda çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı marka değeri en yüksek restoran zincirlerini finansal başarısızlık risk modelleriyle analiz etmek ve restoranların finansal başarısızlık risk düzeylerinde Covid-19'un etkisini ortaya koymaktır. Brand Finance tarafından 2020 yılında yayımlanan *Dünyanın En Değerli ve En Güçlü Restoran Markaları Raporunda* yer alan dünyada marka değeri en yüksek 25 restoran zinciri çalışmanın örneklemi olarak belirlenmiştir (Brand Finance 2020). Restoranların finansal verileri Thomson Reuters Eikon veri tabanından elde edilmiştir. Verilerine eksiksiz ulaşılabilen 17 restoran analize dahil edilmiştir. Analizde yer alan restoran zincirleri Tablo 1'de sunulmaktadır.

Çalışmada öncelikle restoranların 2016-2020 yıllarına ilişkin finansal başarısızlık riskleri finansal başarısızlık modelleri kullanılarak belirlenmiştir. Analizde yer alan modeller aşağıda sunulmaktadır.

Altman Z Skor: Edward I. Altman'ın 1968 yılında finansal başarısızlıkları önceden tahmin ede-

Tablo 1. Analizde Yer Alan Restoran Zincirleri

Restoran Zincirleri	
Starbucks	Jack in The Box
McDonald's	Texas Roadhouse
KFC	Papa John's
Domino's Pizza	Chili's
Taco Bell	Wetherspoons
Haidilao	Jollibee
Wendy's	Cheesecake Factory
Chipotle	Cracker Barrel
Costa Coffee	

bilmek amacıyla geliştirdiği denklem aşağıda yer almaktadır (Altman 1968);

$$Z \text{ Skoru} = (1,2X_1) + (1,4X_2) + (3,3X_3) + (0,06X_4) + (0,999X_5)$$

Modelde kullanılan oranlar;

- X_1 = Net İşletme Sermayesi/Aktif Toplamı,
 X_2 = Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı,
 X_3 = Net Faaliyet Karı/Aktif Toplamı,
 X_4 = Özsermayenin Pazar Değeri/Toplam Borçları,
 X_5 = Satışlar/Aktif Toplamı olarak ifade edilmektedir.

Z değerinin 1,81'den az bir değer alması sonraki yıllarda işletmenin iflas etme riskinin olabileceğini göstermektedir. Z değerinin 1,81-2,99 aralığında olması işletmenin finansal durumu hakkında kesin yorum yapılamayacağını belirtmektedir. Z değerinin 2,99'un üstünde olması ise işletmenin finansal açıdan durumunun iyi olduğunu ifade etmektedir (Altman 1968).

Altman Z' Skor: Altman Z Skor modelinde yer alan X_4 'teki piyasa değeri, öz sermayenin defter değeriyle revize edilmiştir. Modele ilişkin denklem aşağıda sunulmaktadır (Altman 1983);

$$Z' \text{ Skoru} = (0,717X_1) + (0,847X_2) + (3,107X_3) + (0,420X_4) + (0,998X_5)$$

Modelde kullanılan oranlar;

- X_1 = Net İşletme Sermayesi/Aktif Toplamı,
 X_2 = Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı,
 X_3 = Net Faaliyet Karı/Aktif Toplamı,
 X_4 = Özsermaye/Toplam Borçlar,
 X_5 = Satışlar / Aktif Toplamı olarak ifade edilmektedir.

Z' değerinin 1,23'e eşit veya 1,23'den küçük olması işletmenin finansal başarısızlık riski taşıdığını; 1,23-2,90 aralığında yer alması işletme hakkında yorum yapılamayacağını; 2,90'ın üzerinde olması işletmenin gelecek yıllar için iflas riski taşımadığını belirtmektedir (Altman 1983).

Altman Z'' Skor: Altman tarafından en geniş kapsama sahip finansal başarısızlık tahmin modeli olarak geliştirilen Z'' Skor modeline ilişkin

denklem aşağıda yer almaktadır (Altman vd. 2017);

$$Z'' \text{ Skoru} = (6,56X_1) + (3,26X_2) + (6,72X_3) + (1,05X_4)$$

Modelde kullanılan oranlar;

- X_1 = İşletme Sermayesi/Aktif Toplamı,
 X_2 = Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı,
 X_3 = FVÖK/Aktif Toplamı,
 X_4 = Öz sermaye/Toplam Borçlar olarak ifade edilmektedir.

Z'' değerinin 1,1'e eşdeğer veya 1,1'in altında olması, işletmenin iflas riski taşıdığını; 1,1-2,6 arasında olması işletmenin gri bölgede yer aldığını; 2,6'nın üstünde olması işletmenin iflas riski taşımadığını göstermektedir (Altman vd. 2017).

Springate Modeli: Springate tarafından 1978 yılında çoklu ayırma analizine dayanarak geliştirilen model denklemi aşağıda sunulmaktadır (Husein ve Pambekti 2014).

$$Z = (1,03A) + (3,07B) + (0,66C) + (0,4D)$$

Modelde kullanılan oranlar;

- A = Çalışma Sermayesi/Aktif Toplamı,
b = Faiz ve Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı,
C = Vergi Öncesi Kar/Kısa Vadeli Borçlar,
D = Satışlar/Aktif Toplamı olarak ifade edilmektedir.

Z değerinin 0,862'nin altında olması işletmenin finansal başarısızlık riski taşıdığını; 0,862'nin üzerinde olması ise işletmenin finansal açıdan sağlıklı olduğunu göstermektedir (Husein ve Pambekti 2014).

Ohlson Skor: 1980 yılında Ohlson tarafından lojistik regresyon modeli kullanılarak geliştirilen modele ilişkin denklem aşağıda sunulmaktadır (Ohlson 1980).

$$\text{OSkor} = -1,32 - 0,407(X_2) + 6,03\left(\frac{X_4}{X_3}\right) - 1,43\left(\frac{X_1}{X_3}\right) + 0,08\left(\frac{X_6}{X_5}\right) - 2,37\left(\frac{X_7}{X_3}\right) - 1,83\left(\frac{X_8}{X_4}\right) + 0,28(X_9) - 1,72(X_{10}) - 0,52[(X_{7t} - X_{7t-1})/|X_{7t}| + |X_{7t-1}|]$$

Modelde kullanılan değişkenler;

- X_1 = İşletme Sermayesi

X_2 = İşletme Büyüklüğü (Aktif Toplamın Logaritması)

X_3 = Aktiflerin Toplamı

X_4 = Borçların Toplamı

X_5 = Dönen Varlıklar

X_6 = Kısa Vadeli Borçlar

X_7 = Net Kar

X_8 = Faiz, Vergi ve Amortisman Öncesi Kar

X_9 = Son iki yıla ait net gelir (negatif ise değer bir; pozitifse sıfır)

X_{10} = Kaynakların varlıklardan büyük olup olmaması (büyük olduğunda bir; küçük olduğunda sıfır) şeklinde açıklanmaktadır.

Elde edilen O Skor değerinin finansal başarısızlık olasılığını ifade edebilmesi için O Skor değeri lojistik bir dönüşümle olasılık haline getirilmektedir (Ohlson 1980);

$$\frac{e^{O-skor}}{1 + e^{O-skor}}$$

Değerin 0,5'in üstünde olması işletmenin iflas riski taşıdığını; 0,5'in altında olması ise işletmenin başarılı olduğunu ve iflas riski taşımadığını ifade etmektedir (Ohlson 1980).

Fulmer Skor: Fulmer'in 1984 senesinde oluşturduğu ayırma analizi modeli aşağıda yer almaktadır (Vickers 2006);

$$H = 5,528(V1) + 0,212(V2) + 0,073(V3) + 1,270(V4) - 0,120(V5) + 2,335(V6) + 0,575(V7) + 1,083(V8) + 0,894(V9) - 6,075$$

Modeldeki kullanılan değişkenler;

V_1 = Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı

V_2 = Satışlar/Aktif Toplamı

V_3 = Vergi Öncesi Kar/Öz Sermaye

V_4 = Nakit/Toplam Yükümlülükler

V_5 = Toplam Yükümlülükler/Aktif Toplamı

V_6 = Kısa Vadeli Yükümlülükler/Aktif Toplamı

V_7 = Log Maddi Varlıklar

V_8 = Çalışma Sermayesi/Toplam Yükümlülükler

V_9 = Log Faiz ve Vergi Öncesi Kar/Faiz olarak ifade edilmektedir.

H değeri sıfırın altında ise işletmenin finansal başarısızlık riski taşıdığını, sıfırın üzerinde ise işletmenin finansal başarısızlık riski taşımadığını göstermektedir (Vickers 2006).

Restoranların finansal başarısızlık risklerinin ölçülmesinin ardından restoranların Covid-19 salgını öncesi (2016-2019) ve Covid-19 salgını (2020) dönemi arasındaki finansal başarısızlık riski bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Gerçekleştirilen farklılık testi belirlenirken verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiş ve veri sayısının 30'dan az olduğu durumlarda kullanılan Shapiro-Wilk normallik testi tercih edilmiştir (Hair vd. 2014). Shapiro-Wilk normallik test sonuçlarının anlamlı olması verilerin normal dağılmadığını göstermektedir (Hair vd. 2014). Her bir model için, Covid-19 salgını öncesi ve salgın dönemi için Shapiro-Wilk test sonuçları incelenmiş ve veri setinde modellerde normal dağılım gösteren ve normal dağılım göstermeyen değerlerin yer aldığı saptanmıştır. Shapiro-Wilk test sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır. Bu bulgudan hareketle ve örneklemin 30'dan küçük olmasından dolayı Covid-19 öncesi dönem ve Covid-19 dönemi arasında farklılık aranan testin gerçekleştirilmesi için parametrik olmayan Wilcoxon İşaretli Sıra testi tercih edilmiştir. Bu testin tercih edilmesindeki bir diğer neden ise araştırma kapsamında verilerdeki zamana göre değişimin incelenme isteğidir (Moon vd. 2011). Restoranların Altman Z'' Skor değerleri tüm yıllarında finansal başarısızlık riski taşıdığından Altman Z'' Skor farklılık analizine dahil edilmemiştir.

BULGULAR

Bu bölümde öncelikle dünyada marka değeri en yüksek 25 restoran zinciri içerisinde yer alan 17 restoran zincirinin 2016-2020 yılları arasındaki finansal başarısızlık riskleri, Altman Z, Altman Z', Altman Z'', Springate, Fulmer ve Ohlson modelleri ile hesaplanmıştır. Finansal başarısızlık risk değerleri Tablo 2'de ve Tablo 3'te sunulmaktadır. Ardından restoranların Covid-19 salgını öncesi dönem (2016-2019) ve Covid-19 salgını dönemi (2020) arasındaki finansal başarısızlık riski bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup

olmadığı Wilcoxon İşaretili Sıra Testi ile test edilmiştir ve bulgular Tablo 4'te sunulmuştur.

Finansal Başarısızlık Riskine Ait Bulgular

Restoran zincirlerinin 2016-2020 yılları arasında ölçülen Altman Z, Altman Z' ve Altman Z'' modellerine ait değerler Tablo 2'de sunulmaktadır. Restoranların isimleri alfabetik olarak kodlanmıştır. Tablo 2'deki değerler incelendiğinde finansal başarısızlık riskinin en fazla gözlemlendiği modelin Altman Z'' modeli olduğu saptanmıştır.

Tablo 2 incelendiğinde Altman Z modeline göre elde edilen Z değerleri bağlamında analiz süresinde yalnızca bir restoranın (C) tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşımadığı ve beş resto-

ranın (D, E, G, M ve N) yine tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşıdığı gözlemlenmektedir. Ayrıca beş restoranın (B, H, J, K ve L) Z değerleri, yıllar bağlamında bazı yıllarda finansal başarısızlık riski taşıırken bazı yıllarda gri bölgede yer alarak dalgalı bir seyir izlemektedir. Restoranların Altman Z değerleri yıllar bağlamında incelendiğinde, finansal başarısızlık riski taşıyan restoran sayısının günümüze yaklaştıkça artış gösterdiği görülmektedir. Analize dahil edilen on yedi restoran arasında 2016 yılı için finansal başarısızlık riski taşıyan restoran sayısının beş; 2017 yılı için beş; 2018 yılı için altı; 2019 yılı için dokuz ve 2020 yılı için on bir olduğu saptanmıştır.

Tablo 2'de Altman Z' modeline göre analiz süresinde yalnızca bir restoranın (B) gri bölgede

Tablo 2. Restoranların Altman Z, Altman Z' ve Altman Z'' Modellerine Göre Finansal Başarısızlık Risk Değerleri

	ALTMAN Z					ALTMAN Z'					ALTMAN Z''				
	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016
A	0,50	1,59	2,26	3,50	3,47	0,66	1,76	2,04	3,09	3,05	- 0,01	0,00	0,04	0,04	0,04
B	2,18	2,55	3,63	3,64	3,72	1,61	1,92	2,74	2,78	2,83	0,04	0,05	0,07	0,07	0,07
C	3,83	3,32	3,17	3,39	3,00	3,00	2,60	2,52	2,74	2,47	0,07	0,06	0,05	0,06	0,05
D	1,10	0,52	0,96	0,60	1,58	2,17	1,81	2,72	2,32	2,98	- 0,03	- 0,04	- 0,06	- 0,06	- 0,04
E	0,18	0,38	1,69	1,65	1,44	0,26	0,36	1,40	1,38	1,24	- 0,01	- 0,01	0,02	0,02	0,01
F	1,57	2,89	4,19	4,42	5,08	1,42	2,51	3,49	4,25	4,84	0,01	0,03	0,06	0,02	0,04
G	0,73	0,68	0,81	0,57	0,68	0,64	0,61	0,71	0,53	0,65	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
H	2,35	2,57	5,35	5,64	5,01	1,90	2,11	4,31	4,54	3,93	0,03	0,03	0,07	0,08	0,07
I	1,54	1,23	1,24	2,37	2,73	1,37	1,54	1,82	3,24	3,79	0,01	0,02	0,04	0,06	0,06
J	1,89	3,82	4,27	2,97	3,02	1,45	2,91	3,29	2,35	2,48	0,03	0,07	0,07	0,04	0,04
K	2,62	3,89	6,82	6,57	6,70	2,31	3,54	6,22	6,00	6,14	0,02	0,02	0,04	0,04	0,04
L	2,77	2,62	3,34	4,81	5,04	2,61	2,49	3,16	4,47	4,72	0,02	0,01	0,01	0,04	0,04
M	1,62	0,62	0,77	0,82	0,59	1,17	0,49	0,58	0,62	0,43	0,03	0,00	0,01	0,01	0,00
N	0,69	1,69	1,59	1,43	1,69	0,62	1,62	1,53	1,41	1,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
O	1,00	1,54	1,92	2,90	3,08	0,80	1,39	1,67	2,47	2,66	0,01	0,01	0,02	0,03	0,03
P	0,90	1,68	3,81	3,83	3,99	0,70	1,42	3,15	3,16	3,33	0,00	0,01	0,04	0,04	0,04
R	1,57	3,29	3,43	3,37	3,33	1,40	2,99	3,10	3,06	3,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03

yer aldığı ve iki restoranın (G ve M) tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşıdığı görülmektedir. Buna karşın on restoranın (B, C, D, F, H, I, J, K, L ve R) Z' değerlerinin, yıllar bağlamında bazı yıllarda finansal başarısızlık riski taşıdığı bazı yıllarda ise gri bölgede yer aldığı belirlenmiştir. Restoranlar Altman Z' modeli bağlamında değerlendirildiğinde, 2019 ve 2020 yıllarında finansal başarısızlık riski taşıyan restoran sayısının oldukça arttığı belirlenmiştir. Restoranların 2016, 2017 ve 2018 yıllarında iki restoranın finansal başarısızlık riski taşıdığı gözlemlenirken; 2019 yılında üç restoranın, 2020 yılında ise on bir restoranın finansal başarısızlık riski taşıdığı gözlemlenmektedir.

Tablo 2 değerlendirildiğinde Altman Z'' modeli bağlamında tüm restoranların tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşıdığı görülmektedir. Restoranların Altman Z'' modeline göre finansal açıdan başarılı olmadığı ve sonraki yıllarda finansal başarısızlık riskinin olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3'te restoranların 2016-2020 yılları arasındaki hesaplanan Springate, Fulmer H ve Ohlson değerleri sunulmaktadır. Tablo 3'te yer alan değerler incelendiğinde finansal başarısızlık riskinin en fazla gözlemlendiği modelin Ohlson modeli olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3'te Springate değerleri bağlamında altı restoranın finansal başarısızlık riski taşımadığı (B, C, D, H, I ve L) ve üç restoranın (E, M ve N) tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşıdığı saptanmıştır. Springate modeline göre günümüze yaklaştıkça restoranların finansal başarısızlık risklerinin arttığı gözlemlenmektedir. Analizde 2016 yılında finansal başarısızlık riski taşıyan restoran sayısının üç; 2017 ve 2018 yılında dört; 2019 yılında altı ve 2020 yılında on bir olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3'te Fulmer modeline göre altı restoranın (D, E, G, I, M ve N) finansal başarısızlık riski taşıdığı ve altı restoranın (B, C, H, J, K ve P) tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşımadığı belirlenmiştir. Restoranların H değerleri yıllar bağ-

Tablo 3. Restoranların Springate, Fulmer ve Ohlson Modellerine Göre Finansal Başarısızlık Risk Değerleri

	SPRINGATE					FULMER					OHLSON				
	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016	2020	2019	2018	2017	2016
A	0,60	1,75	2,10	2,26	2,12	-2,79	-2,90	-0,13	1,19	1,29	0,91	0,88	0,56	0,18	0,17
B	1,23	2,23	2,85	3,17	2,44	4,24	4,68	7,03	6,34	6,72	0,75	0,74	0,67	0,49	0,51
C	1,41	1,16	1,19	1,41	1,26	2,00	1,88	1,08	1,56	0,52	0,06	0,10	0,12	0,11	0,21
D	3,51	3,40	4,41	4,13	4,02	-13,32	-15,36	-20,06	-19,69	-15,86	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
E	-0,88	-1,25	0,68	0,78	0,82	-3,45	-2,82	-2,04	-2,22	-2,63	0,99	0,99	0,53	0,59	0,65
F	0,44	1,50	1,88	2,47	3,19	-0,41	0,37	0,94	1,14	0,98	0,74	0,13	0,01	0,59	0,35
G	0,60	0,66	1,75	0,62	1,03	-1,87	-1,96	-2,00	-2,54	-2,71	0,82	0,86	0,66	0,76	0,78
H	0,89	1,24	1,77	2,00	1,04	1,61	1,76	6,06	6,09	5,33	0,46	0,42	0,06	0,03	0,13
I	3,70	4,07	2,45	5,33	5,35	-1,79	-2,10	-1,99	-1,29	-1,52	0,31	0,66	0,44	0,18	0,13
J	0,76	1,60	1,85	1,38	1,38	2,59	6,78	8,19	4,39	3,60	0,99	1,00	1,00	0,99	0,98
K	0,74	1,61	2,56	2,55	2,64	0,37	0,91	2,31	1,94	1,88	0,65	0,49	0,11	0,14	0,14
L	1,34	0,97	1,31	2,88	3,18	-0,30	-0,26	0,53	1,24	-2,03	0,64	0,86	0,99	0,82	0,51
M	-0,19	-0,42	-0,41	-0,29	-0,84	-5,34	-5,93	-5,70	-5,60	-5,71	0,41	1,00	0,81	0,90	1,00
N	-0,08	0,80	0,78	0,65	0,84	-1,53	-1,07	-1,22	-1,28	-1,37	0,95	0,97	0,95	0,98	0,97
O	0,02	0,53	0,81	1,17	1,26	-0,97	-0,28	-0,15	0,77	0,91	0,78	0,80	0,63	0,33	0,33
P	-0,59	0,48	0,98	1,13	1,39	0,17	0,86	4,41	4,08	3,99	0,97	0,93	0,70	0,54	0,45
R	0,51	1,68	1,85	1,91	1,82	-0,82	0,63	0,65	0,53	0,48	0,87	0,55	0,42	0,45	0,47

lamında değerlendirildiğinde 2016 yılında yedi, 2017 yılında altı, 2018 yılında sekiz, 2019 yılında dokuz ve 2020 yılında on bir restoranın finansal başarısızlık riski taşıdığı görülmektedir.

Tablo 3'te Ohlson değerlerine göre yalnızca iki restoranın finansal başarısızlık riski taşıdığı (C ve H) ve altı restoranın (D, E, G, J, L ve N) tüm yıllarda finansal başarısızlık riski taşıdığı saptanmıştır. Tablo 3'te Ohlson değerleri yıllar açısından incelendiğinde finansal başarısızlık riski taşıyan restoran sayısının 2016 yılında sekiz, 2017 yılında dokuz, 2018 yılında on bir, 2019 yılında on beş ve 2020 yılında on üç olduğu belirlenmiştir.

Restoranların Covid-19 Salgın Öncesi ve Covid-19 Salgın Dönemi Arasındaki Farklılık Analizine Ait Bulgular

Analizde restoranların finansal başarısızlık risk skorları, Covid-19 salgın öncesi dönem (2016-2019 yılları risk skor ortalaması) ve Covid-19 sal-

gın dönemi (2020) arasındaki farklılık incelenmiştir. Örneklem sayısının 30'dan küçük olması ve Shapiro-Wilk normallik test sonuçları gereğince parametrik olmayan farklılık testlerinden Wilcoxon İşaretli Sıra Testi uygulanmıştır. Elde edilen değerler Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4 incelendiğinde restoranların finansal başarısızlık risk modellerine ait skorlar arasında Altman Z, Altman Z', Springate ve Fulmer modellerinde salgın öncesi ve salgın dönemi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Restoran işletmelerinin salgın öncesi döneme göre salgın döneminde finansal başarısızlık riski taşıyan işletme sayılarında artış olduğu, modellerin skorlarında kötüleşme yaşanarak finansal başarısızlık risklerinin arttığı gözlemlenmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada uluslararası marka değerlendirme ve strateji geliştirme kuruluşlarından biri olan

Tablo 4. Restoranların Covid-19 Salgın Öncesi ve Salgın Dönemi Finansal Başarısızlık Skorlarının Farklılık Analizi Sonuçlarına Finansal Başarısızlık Risk Değerleri

Finansal Başarısızlık Modelleri	Dönem	Ort.	Std. Sapma	Shapiro-Wilk Testi		Wilcoxon İşaretli Sıra Testi	
				İstatistik	p-değeri	t-değeri	p-değeri
Altman Z Skor	Salgın Öncesi	2,805	1,490	,959	,614	-3,006	0,003*
	Salgın Dönemi	1,590	0,944	,956	,564		
Altman Z' Skor	Salgın Öncesi	2,575	1,231	,950	,456	-3,243	0,001*
	Salgın Dönemi	1,417	0,777	,945	,389		
Springate	Salgın Öncesi	1,725	1,211	,867	,020	-3,479	0,001*
	Salgın Dönemi	0,824	1,225	,958	,594		
Fulmer	Salgın Öncesi	-0,387	5,432	,844	,009	-2,107	0,035*
	Salgın Dönemi	-1,271	3,877	,806	,002		
Ohlson	Salgın Öncesi	0,586	0,272	,884	,037	-1,758	0,079
	Salgın Dönemi	0,723	0,295	,938	,296		

*0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Brand Finance tarafından yayınlanan 2020 Dünyada Marka Değeri En Yüksek 25 Restoran Zinciri listesinde bulunan 17 restoranın finansal başarısızlık düzeyleri ve Covid-19 salgınının finansal başarısızlık risk değerleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle restoranların 2016-2020 yılları arasındaki finansal başarısızlık riskleri Altman Z, Altman Z', Altman Z'', Sprin-gate, Fulmer ve Ohlson modelleri ile ölçülmüş-tür. Sonrasında restoranların finansal başarısızlık risk değerleri bağlamında Covid-19 öncesi dönem ve Covid-19 dönemi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı Wilcoxon İşaretli Sıra Testi ile analiz edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre restoranların tüm modellerde göre finansal başarısızlık risk düzeylerinin günümüze yaklaştıkça arttığı saptanmıştır. Son yıllarda finansal başarısızlık yaşayan işletme sayının artması sonucu, Skvortsova vd. (2020) ve Nuriskia (2021) çalışmalarının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Restoranların yıllar bağlamında en fazla finansal başarısızlık riski taşıdığı modeller sırasıyla Altman Z'', Ohlson ve Fulmer modelleridir. Analize dahil edilen modellerde finansal başarısızlık riski taşıyan işletme sayının en fazla olduğu yılın, Hailu (2020) ve Cladera vd. (2021) çalışmalarıyla benzer şekilde 2020 yılı olduğu saptanmıştır. Dünyayı derinden etkileyen Covid-19 pandemi süreci bütün sektörleri etkilediği gibi hizmet sektörünü de etkilemektedir. Restoranların 2019 yılından 2020 yılına geçişteki finansal başarısızlık risk sayılarındaki artışa; pandemide yaşanan kapanmalar, personel kayıpları, insanların evde yemek yemeyi tercih etmesiyle ihtiyaç duyulan dijital değişimler, gelir ve kapasite kayıpları, hammadde tedarik maliyetlerinin artması ve transferinin zorlaşması gibi nedenlerin sebep olduğu düşünülmektedir. Gerçekleştirilen farklılık analizi sonucuna göre restoranların finansal başarısızlık risk değerlerinin Ohlson modeli dışında bütün modellerde göre Covid-19 salgın öncesi ve Covid-19 salgın dönemi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Fark testinden elde edilen sonuçlar, finansal başarısızlık risk modellerinden elde edilen 2016'dan 2020'ye yaklaştıkça artan iflas

riski taşıyan işletme sayısındaki artışı desteklemektedir. Başka bir ifadeyle salgın döneminde işletmelerin finansal başarısızlık risk skorlarının önceki yıllara göre kötüleştiği ve çok daha fazla işletmenin finansal başarısızlık riskiyle karşı karşıya kaldıkları saptanmıştır.

Yoğun rekabet ortamındaki restoranlar, risklere karşı oldukça duyarlı, yoğun işgücü gerektiren, talebin hızla değiştiği ve arzın da aynı hızla talebe uyum sağlamasını gerektiren bir sektördür. Restoranların özellikle pandemi sürecinde varlıklarını devam ettirebilmeleri için etkin bir finansal yönetim anlayışını benimsemeleri gerekmektedir. Restoranların işletimi, kapanma süreçlerinde insanların yemek yeme alışkanlıklarını değiştirerek online satışlara yönelmesi sonucunda alternatif satış yöntemlerinin gündeme gelmesi, stokların yönetimi, menünün çeşitliliği, müşteri tatmini gibi birçok konunun sürekli kontrol edilmesi gerekmektedir. Ayrıca finansal başarısızlık riskini etkileyen likidite, karlılık ve ödeme gücü ile ilgili finansal oranları düzenli olarak takip etmeleri finansal başarısızlık riskini öngörerek önlem almalarına yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, elde edilen bulguların Covid-19 salgınının finansal başarısızlık riski üzerindeki etkisini ortaya koyması açısından alan yazına, restoran sektörüne ve sektörde yer alan paydaşlara yönelik katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Çalışma verisine eksiksiz ulaşılabilen 17 restoran zinciri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalarda Covid-19 salgının uzun vadeli etkisi düşünüldüğünde örneklem sayısı küçük, orta ve büyük ölçekli restoranlar dahil edilerek genişletilebilir ve daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca sektör çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılarak restoranların finansal başarısızlıklarının nedenleri olarak görülen çalışanların bilgi ve tecrübe eksiklikleri, yönetim yetersizlikleri, rekabetin dikkate alınmaması gibi içsel etkenlerin yanı sıra doğal olaylar, tedarikçiler, pazar trendleri, yüksek vergilendirmeler, politik engeller ve teknoloji gibi dışsal etkenlerin de belirlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, R. (1993). *Endüstri İşletmeleri İçin Mali Başarısızlık Tahmini (Çok Boyutlu Model Uygulaması)*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Albayrak, A. (2014). Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25 (2): 190-201.
- Altman, E.I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy, *The Journal of Finance*, 23 (4): 589-609.
- Altman E.I. (1983). *Corporate Financial Distress*. New York: Wiley Interscience.
- Altman, E.I. ve Hotchkiss, E. (2006). *Corporate Financial Distress and Bankruptcy: Predict and Avoid Bankruptcy, Analyze and Invest in Distressed Debt*, Üçüncü Baskı. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Altman, E.I., Iwanicz-Drozowska, M., Laitinen, E.K. ve Suvas, A. (2017). Financial Distress Prediction in an International Context: A Review and Empirical Analysis of Altman's Z-Score Model, *Journal of International Financial Management & Accounting*, 28 (2): 131-171.
- Aydın, N., Başar, M. ve Coşkun, M. (2014). *Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Beaver, W.H. (1966). Financial Ratios as Predictors of Failure, *Journal of Accounting Research*, 4: 71-111.
- Becerra-Vicario, R., Alaminos, D., Aranda, E. ve Fernández-Gómez, M. A. (2020). Deep Recurrent Convolutional Neural Network for Bankruptcy Prediction: A Case of the Restaurant Industry, *Sustainability*, 12 (12): 5180.
- Brand Finance (2020). The Annual Report on the Most Valuable and Strongest Restaurant Brands. <https://brandirectory.com/rankings/restaurants/2020>, Erişim tarihi: 20 Eylül 2021.
- Camillo, A.A., Connolly, D.J. ve Kim, W.G. (2008). Success and Failure in Northern California: Critical Success Factors for Independent Restaurants, *Cornell Hospitality Quarterly*, 49 (4): 364-380.
- Chatfield, H.K., Chatfield, R.E., Baloglu, S. ve Poon, P. (2020). Preferred Stock Issuance in the Restaurant Industry and Financial Distress, *Journal of Foodservice Business Research*, 23 (5): 401-416.
- Cho, M.H. (1994). Predicting Business Failure in the Hospitality Industry: An Application of Logit Model (Basılmamış Doktora Tezi). Virjinya: Virginia Tech.
- Crespi-Cladera, R., Martín-Oliver, A. ve Pascual-Fuster, B. (2021). Financial Distress in the Hospitality Industry During the Covid-19 Disaster, *Tourism Management*, 85: 104301.
- Fulmer, J., Moon, J., Gavin, T. ve Erwin, M. (1984). A Bankruptcy Classification Model for Small Firms, *Journal of Commercial Bank Lending*, 66 (11): 25-37.
- Gu, Z. (2002). Analyzing Bankruptcy in the Restaurant Industry: A Multiple Discriminant Model, *International Journal of Hospitality Management*, 21 (1): 25-42.
- Hailu, G. (2020). Economic Thoughts on COVID-19 for Canadian Food Processors, *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroéconomie*, 68 (2): 163-169.
- Hair, J.F.J., Black, C., Babin, B.J. ve Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Yedinci Baskı. Amerika Birleşik Devletleri: Pearson Education Limited.
- Huo, Y.H. (2006). Bankruptcy Situation Model in Small Business: The Case of Restaurant Firms, *Hospitality Review*, 24 (2): 49-58.
- Husein, M. ve Pambekti, G. (2014). Precision of Models of Altman, Springate, Zmijewski, and Grover for Predicting the Financial Distress, *Journal of Economics, Business, and Accounting Ventura*, 17 (3): 405-416.
- Karadeniz, E. ve Öcek, C. (2018). Konaklama İşletmelerinde Finansal Başarısızlık Riskinin Ölçümü: Türkiye ve Avrupa Karşılaştırması, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 55 (645): 9-59.
- Kim, H. ve Gu, Z. (2006). Predicting Restaurant Bankruptcy: A Logit Model in Comparison with a Discriminant Model, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (4): 474-493.
- Kim, S.Y. (2018). Predicting Hospitality Financial Distress with Ensemble Models: The Case of US Hotels, Restaurants, And Amusement And Recreation, *Service Business*, 12 (3): 483-503.
- Kim, S.Y. ve Upneja, A. (2013). Predicting Restaurant Financial Distress Using Decision Tree and AdaBoosted Decision Tree Models, *Economic Modelling*, 36: 354-362.
- Lee, S., Koh, Y. ve Kang, K.H. (2011). Moderating Effect of Capital Intensity on the Relationship Between Leverage and Financial Distress in the US Restaurant Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 30 (2): 429-438.
- Lock, S. (2021). Market Size of the Quick Service Restaurant Industry Worldwide from 2011 to 2020, with a Forecast for 2021, <https://www.statista.com/statistics/1186194/fast-food-restaurant-industry-market-size-global/>, Erişim tarihi: 25 Ekim 2021.
- Moon, K.S., Ko, Y.J., Connaughton, D.P. ve Lee, J.H. (2013). A Mediating Role of Destination Image in the Relationship between Event Quality, Perceived Value, and Behavioral Intention, *Journal of Sport & Tourism*, 18 (1): 49-66.
- Nuriskia, C.S. ve Novaliansyah, A.Y. (2021). The Urgency of Regulations Revision Related to Filing Bankruptcy and Postponing Debt Payment Obligations Amid the COVID-19 Pandemic, *Lex Scientia Law Review*, 5 (2): 105-122.
- Ohlson, J. A. (1980). Financial Ratios and the Probabilistic Prediction of Bankruptcy, *Journal of Accounting Research*, 18 (1): 109-131.
- Özdemir, F. S. (2011). Finansal Raporlama Sistemlerinin Bilginin İhtiyaca Uygunluğu Açısından Değerlendirilmesi: İMKB Şirketlerinde Finansal Başarısızlık Tahminleri Yönüyle Bir Uygulama (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Parsa, H.G., Self, J.T., Njite, D. ve King, T. (2005). Why Restaurants Fail, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46 (3): 304-322.
- Sarıışık, M., Çavuş, Ş. ve Karamustafa K. (2010). Profesyonel Restoran Yönetimi: İlkeler, Uygulamalar ve Örnekler. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Selimoğlu, S. ve Orhan, A. (2015). Finansal Başarısızlığın Oran Analizi ve Diskriminant Analizi Kullanılarak Ölçülmesi: BİST'de İşlem Gören Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (66): 21-40.
- Skvortsova, T.A., Pasikova, T.A., Vereshchagina, L.N., Pozdnishov, A.N. ve Sukhovenko, A.V. (2020). The Problem of Bankruptcy of Business Entities as a Consequence of the COVID-19 Pandemic, *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 8 (4): 828-837.
- Springate, G.L.V. (1978). Predicting the Possibility of Failure in a Canadian Firm (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Britanya Kolumbiyası: Simon Eraser University.
- Vickers, F. (2006). *Recession Proofing Your Business*. Amerika Birleşik Devletleri: Vickers Yayınları.
- Wilcox, J.W. (1971). A Simple Theory of Financial Ratios as Predictors of Failure, *Journal of Accounting Research*, 9 (2): 1-12.
- Yacoub, L., Nakhle, S. ve Yahiaoui, D. (2021). Restaurant Failure in Post-Conflict Beirut: The Macroenvironmental Context and Mismanagement, *Euro Med Journal of Business*, 16 (4): 1-22.
- Youn, H. ve Gu, Z. (2010). Predict US Restaurant Firm Failures: The Artificial Neural Network Model Versus Logistic Regression Model, *Tourism and Hospitality Research*, 10 (3): 171-187.



Cemile ÖCEK

Selçuk Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2008). Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nden mezun oldu (2013). Yüksek lisans derecesini Mersin Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan (2018) aldı. Doktora derecesine Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda devam etmektedir. Temel çalışma alanı, finansal başarısızlıktır.



Fatma Senem BEYAZ

Adıyaman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2010). Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nden mezun oldu (2013). Yüksek lisans derecesini Mersin Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan (2018) aldı. Doktora derecesine Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda devam etmektedir. Temel çalışma alanı, finansal analizdir.



Erdinç KARADENİZ

Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2000). Yüksek lisans derecesini Mersin Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'ndan (2003), doktora derecesini de Çukurova Üniversitesi'nden İşletme Anabilim Dalı Finans Bilim Dalından aldı (2008). Mersin Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2000). Doktora eğitimi sırasında Çukurova Üniversitesi'nde çalıştı (2003). Doktora eğitiminden sonra tekrar Mersin Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2008). Doçentlik unvanını Finans alanında aldı (2014). Profesörlüğe Mersin Üniversitesi'nde yükseltildi (2020). Halen Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; finansal analiz, şirket değerlemesi, sermaye bütçelemesi, sermaye finansmanı, girişimcilik ve fizibilite ve işletmeler için finansal yönetim uygulamalarıdır.

Box-Jenkins Yöntemiyle Turizm Talebinin Tahmin Edilmesi: Türkiye Örneği

Forecasting Tourism Demand By Box-Jenkins Method: The Case of Türkiye

Kurtuluş BOZKURT*, Aytaç PEKMEZCİ, Hatice ARMUTCUOğLU TEKİN*****

* (Sorumlu Yazar) Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Ekonomi Bölümü, PK: 09200, Söke, Aydın.

E-posta: kurtulus.bozkurt@adu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4020-0069

** Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik Bölümü, Kötekli Kampüsü, Menteşe, Muğla.

E-posta: aytac0803@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4020-0069

*** Dr. Öğretim Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Ekonomi Bölümü, PK: 09200, Söke, Aydın.

E-posta: hatice.armutcuoglu@adu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4594-6417

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 14 Mart 2022

Birinci düzeltme: 27 Mayıs 2022

İkinci düzeltme: 10 Haziran 2022

Kabul: 16 Temmuz 2022

Anahtar sözcükler: Turizm talebi tahmini, Zaman serisi analizi, Box-Jenkins yöntemi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 14 March 2022

Resubmitted: 27 May 2022

Resubmitted: 10 June 2022

Accepted: 16 July 2022

Key words: Tourism demand forecasting, Time series analysis, Box-Jenkins method.

ÖZ

Türkiye'nin en önemli gelir kaynaklarından biri olan turizm sektöründe gelecek dönemlerdeki olası turizm talebinin belirlenmesi; kaynakların dağıtılması ve planlanması, doğru fiyat politikalarının tespit edilmesi ve uygun pazarlama tekniklerinin seçilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada Ekim 2021 ve Eylül 2022 (2021:10-2022:09) tarihlerindeki Türkiye'ye yönelik turizm talebinin tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda turizm talebinin tahmin edilmesinde vekil değişken olarak 1990:01 - 2021:09 zaman aralığında Türkiye'ye gelen turist sayıları verileri kullanılmıştır. Belirtilen dönemde gerçekleşmesi beklenen turizm talebinin tahmin edilmesinde Box-Jenkins yöntemi altında ele alınan ARIMA (entegre otoregresif hareketli ortalama modeli) ve SARIMA (mevsimsel entegre otoregresif hareketli ortalama modeli) modelleri uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda en iyi uyum gösteren modelin, SARIMA (2,1,2) (2,1,0) modeli olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca gelecek 12 aya yönelik öngörü yapılmıştır.

ABSTRACT

Tourism is one of the most important income sources of Türkiye. Therefore, determining the probable tourism for the country in future is critical for the distribution and planning of resources, determination of right price policies and selection of appropriate marketing techniques. In this respect, this study aims to estimate the tourism demand for Turkey in the period of October 2021 and September 2022 (2021:10-2022:09). The dataset included the number of tourists coming to Türkiye between 1990:01 - 2021:09 as proxy variable to predict the tourism demand. Two models of Box-Jenkins method namely ARIMA (integrated autoregressive moving average model) and SARIMA (seasonally integrated autoregressive moving average model) models were applied to estimate the expected tourism demand in the stated period. The study reveals that the model with the best fit is the SARIMA (2,1,2) (2,1,0) model. The study also offers a forecast for the coming 12-month period.

GİRİş

Turizmde var olan ürün ve hizmetlerden yararlanmak isteyen kişilerin, bu ürün ve hizmetleri satın almaya yetecek kadar gelirlerinin ve boş zamanlarının olması durumunda ortaya çıkan satın alma isteğine turizm talebi denir. Dış turizm talebi ise dış ülke yerleşiklerinin kendi ülkeleri dışın-

daki turizm ürünlerini satın alma ve kendi ülkeleri dışındaki hizmetler sektöründen yararlanma faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Ülke içindeki yerleşiklerin belirli bir satın alma gücüyle mal ve hizmetlerden faydalanması da gerçekleşen iç turizm talebidir.

Turizm sektörü, gıda, ulaşım, hizmetler gibi birçok sektörle ileri ve geri bağlantılara sahip ol-

duğundan, kendisiyle birlikte birçok sektörde de önemli derecede gelir yaratıcı etkiye sahiptir. Buna ilave olarak, dış turizm aynı zamanda ülkeye döviz girişi sağlayarak ödemeler bilançosundaki açıkların kapanmasında rol oynamaktadır. Bu bağlamda küreselleşen dünyada sadece iç turizm talebi yanında, dış turizm talebine yönelik olarak da turizmde kaynak ve pazarlama planlaması yapmak önem arz etmektedir. Bu bağlamda Cho (2003) çalışmasında turizm talebine yönelik tahmin çalışmalarının kaynak planlaması açısından önemine dikkat çekmektedir.

Türkiye’de turizm sektörünün, ülkenin hem konumu hem de iklimi itibarıyla önemli ölçüde talep gördüğü ve ülkedeki en önemli gelir kaynaklarından biri olduğu ifade edilebilir. Turizm talebini etkileyen faktörler ise göreceli fiyatlar, destinasyonun özellikleri, turistlerin gelirleri, beklentiler, siyasi ve politik riskler, terör ve benzeri unsurlar olarak sıralanabilir. Türkiye’de turizm sektöründe yıllara göre turist sayısı ve turizm gelirleri rakamları değerlendirildiğinde, 2000’li yıllara kadar bu alanda hızlı bir büyüme olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte 2001 yılında yaşanan 11 Eylül saldırıları, 2002 Irak Savaşı, 2003 yılında yaşanan SARS salgını ve 2008 ABD Mortgage krizi gibi etkenler turizm sektörünü de etkilemiştir (Çuhadar 2006). 2019 yılında başlayan ve günümüzde de etkileri devam eden COVID-19 salgınının da turizm sektöründe ekonomik etkilerinin olduğu ve bu etkilerin halen hissedildiği görülmektedir. Son olarak 24 Şubat 2022 tarihinde başlayan Ukrayna-Rusya savaşının da Türkiye turizm talebine etki edebileceği öngörülebilir. Turizm talep tahmini sonuçları her ne kadar gerçekleşenle birebir örtüşmese de iktisadi karar birimlerine yol gösterici olabilmektedir. Bu nedenle 2022 yılı turizm sezonunda olası turizm talebinin belirlenmesine odaklanan bu çalışmanın, ülkemizde turizm arzına katkıda bulunan devlet, işletme ve bireylerin kararları açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Turizm talebini etkileyen faktörler değerlendirildiğinde, Aydın vd. (2015) çalışmalarında bu konuda en çok ele alınan değişkenleri lojistik maliyetleri, döviz kurları, milli gelir ve fiyatlar olarak belirtmişlerdir. Bununla beraber, tatil amaçlı

turizmle ilgili turizm talebinin fiyat esnekliğinin yüksek olduğu belirlenmiştir (Bull 1995; Çuhadar 2006). Bu bağlamda Türkiye’de son dönemde yaşanan döviz kurlarındaki yabancı paranın değer kazanmasının turizm talebi üzerinde olumlu etkileri olabileceken, enflasyon ve lojistik maliyetlerindeki artışın turizm talebine olumsuz etkilerinin olması muhtemeldir. Bu nedenle doğru fiyat belirleme açısından olası talep miktarının tahmin edilmesi önem arz etmektedir.

COVID-19 salgını sonrası salgın kısıtlamalarının kaldırılması, kurların yükselmesi sonrası Türkiye turizminin göreceli olarak ucuz hale gelmesi, ülkenin bir turizm destinasyonu olarak avantajları ve T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın bu dönemde gerçekleştirmiş olduğu tanıtım faaliyetleri, 2022 sezonunda Türkiye’yi, ziyaret edecek olan turist sayısında artış beklentisi oluşturmuştur. Bu nedenle bu çalışmada Türkiye’ye Ekim 2021-Eylül 2022 (2021:10-2022:09) döneminde aylık olarak gelebilecek turist sayılarının tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilecek bulguların beklentilere uygunluğunun ülkede turizm sektöründe politika üreten birimlere ve yöneticilere yol gösterici olması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, çalışmada öncelikle turizm talebi tahmini çalışmalarında kullanılan değişkenler ve yöntemlerle ilgili olarak alanyazın taraması sunulmaktadır. Daha sonra belirtilen dönemdeki turizm talebini tahmin etmek için kullanılan Box-Jenkins yöntemi açıklanarak uygulama sonucunda elde edilen bulgular raporlanmaktadır.

ALANYAZIN TARAMASI

Son yıllarda turizm talep tahminleri üzerine yapılan teorik ve uygulamalı çalışmaların arttığı gözlemlenmektedir. Bu çalışmalarda turizm talebi göstergeleri öncelikle turist sayısı, otellerdeki konaklama sayısı, doluluk oranı, mikro ölçekte ziyaretçi sayısı, turist harcaması, yemek harcaması, alışveriş harcaması, turizm geliri, turizm istihdamı, turizm ihracatı ve ithalatı gibi değişkenlerin vekil değişken olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Law (2000), Turner ve Witt (2001) ve Lim vd. (2009) vekil değişken olarak çalışmalarında gelen turist sayısını kullanmışlardır. Yük-

sel (2007) ve Soysal ve Ömürgönülşen (2010) mikro ölçekli bazı otellerdeki konaklama sayısını; Law (1998) doluluk oranını, Chen (2000) ise bazı turistik yerlere gelen ziyaretçi sayısı göstergelerini vekil değişken olarak ele almışlardır. Uysal ve El Roubi (1999) ise çalışmalarında turizm talebini turist harcamalarıyla ölçmüşlerdir. Au ve Law (2002) turistlerin yemek harcamalarını, Law ve Au (2000) alışveriş harcamalarını, Akal (2004) turizm gelirlerini, Smeral (2004) turizm ihracat ve ithalatını turizmde talep değişkeni olarak kullanmışlardır. Aydın vd. (2015) çalışmalarında turizm talebinin daha çok turizm geliri, konaklama sayısı ve turist sayısı değişkenleriyle temsil edildiğini belirtmişlerdir.

Talep tahmini çalışmaları genellikle geleneksel araştırma yöntemleri olan nitel ve nicel analizlere dayanmaktadır. Prideaux, Laws ve Faulkner (2003) ve Schwartz ve Cohen'nin (2003) çalışmaları nitel yöntemlere örnek olarak gösterilebilir. Prideaux vd. (2003) çalışmalarında nitel analiz yöntemlerinden biri olan vaka çalışması (*case study*) yöntemini kullanarak sektörde yaşanabilecek olası kriz senaryoları üzerine turizm talebini tahminlemeyi amaçlamışlardır. Schwartz ve Cohen (2004), çalışmalarında simülasyon tahminleme programı aracılığıyla 57 otel yöneticisinin öznel talep tahminleri ile olası taleplerin belirlenmesine yönelik bir uygulama yapmışlar, ancak kullanılan tahmin programının tahmin belirsizliği üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir.

Nicel yöntemlere örnek olarak ise zaman serileri analizi (Soysal ve Ömürgönülşen 2010) ve panel veri analizleri (Karaoğlu 2019) gösterilebilir. Bunlara ek olarak modern yöntemlerden yapay sinir ağları (YSA) yöntemiyle talep tahmini yapan çalışmaların sayısı da oldukça fazladır. Law (1998), Law (2000), Uysal ve El Roubi (1999), Güngör ve Çuhadar (2005), Çuhadar ve Kayacan (2005), Çuhadar (2013) gibi çalışmalar YSA yöntemiyle turizmde talep tahmini gerçekleştiren çalışmalara örnek olarak gösterilebilir. Çuhadar (2013) çalışmasında 2013 yılı için dış turizm talebini radyal tabanlı fonksiyon, çok katmanlı ileri beslemeli, zaman gecikmeli YSA modelleri aracılığıyla tahmin etmiş, çalışmasının sonucunda en doğru modelin çok katmanlı ileri beslemeli YSA

modeli ile elde edildiğine ulaşmıştır ve bu tür çalışmaların yöneticiler açısından yol gösterici olduğuna dikkat çekmiştir.

Turizm talep tahminlerinde ayrıca otoregresif gecikmesi dağıtılmış sınır testleri (ARDL), hata düzeltme modelleri (ECM) ve vektör otoregresif modellerde (VAR), kullanılan değişkenin durağanlık ve içsellik özelliklerine göre tercih edilen zaman serisi analizleri olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda turizm talebinin tahmin edilmesinde, Song ve Witt (2000) ve Kulendran ve Witt (2003) çalışmalarında ECM modellerini kullanırken, Song, Wong ve Chon (2003) ARDL modelini; Shan ve Wilson (2001) ise VAR modelini uygulamışlardır.

Zaman serisi analizleri altında uygulanan turizm talebi tahmin yöntemlerinden bir diğerinin ise Box ve Jenkins (1970) tarafından önerilen Entegre otoregresif hareketli ortalama (ARIMA) modelleri olduğu gözlemlenmiştir. Turizm verileri genellikle mevsimsellik içerdiğinden mevsimsel ARIMA (SARIMA) modellerinin de sıklıkla tercih edilen yöntemlerden biri olduğu söylenebilir. Chen (2000), Burger vd. (2001), Cho (2001), Goh ve Law (2002), Smeral ve Wüger (2005), Loganathan ve Yahaya (2010), Chun-Fu vd. (2012) turizm talep tahminlerini ARIMA modelleriyle gerçekleştirmişlerdir. Goh ve Law (2002) tahmin yöntemleri arasında en iyi performansın ARIMA modeliyle elde edildiğini belirtirken, Smeral ve Wüger (2005) ARIMA ve SARIMA modelleri arasında tahmin güvenilirliği açısından herhangi bir fark olmadığını belirtmişlerdir. Burger vd. (2001), Cho (2003) ve Chun-Fu vd. (2012) çalışmalarında ARIMA modellerinin yanı sıra yapay sinir ağları (YSA) yöntemini de uygulamışlar ve çalışmaları sonucunda en iyi performansın YSA modellerinde elde edildiğini belirtmişlerdir.

Çuhadar (2014), Muğla iline yönelik dış turizm talebini Üstel Düzleştirme ve Box-Jenkins yöntemleriyle tahminlemiş, çalışmasının sonucunda en başarılı tahmini Holt-Winters yönteminin verdiğini göstermiştir. Loganathan ve Yahaya (2010) zaman serileri çalışmalarının ve özellikle Box-Jenkins yönteminin turizm talebi tahminleme yöntemleri arasında kullanılan önemli yaklaşımlardan biri olduğunu vurgulamıştır. Çuhadar

vd. (2020) Türkiye’de iç turizm talebini tahminlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmalarında Üstel Düzleştirme ve Box-Jenkins yöntemini kullanmışlar, Box-Jenkins yönteminin tahmin üretmede daha başarılı performans gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca çalışmalarında Box-Jenkins yönteminin kısa ve orta dönem tahminlerindeki başarısı, çalışılan modelin denetiminin her aşamada sağlanabilmesi gibi üstünlüklerine de dikkat çekmişlerdir. Tüm bu nedenlerle turizm sektörünün mevsimsellik barındıran seriler içermesine bağlı olarak bu çalışmada Türkiye’nin bahsedilen dönemdeki turizm talebi Box-Jenkins yöntemi aracılığıyla tahminlenmiştir. Yapılan alanyazın taramasında turizm talep değişkeni olarak en sık kullanılan değişkenin turist sayısı olduğunun tespit edilmesi ve serinin mevsimsellik içermesinden hareketle bu çalışmada SARIMA modeli tercih edilmiştir.

Soysal ve Ömürgönülşen (2010) ise zaman serisi analizlerinden Holt ve Winter yöntemini kullanılarak 2000-2007 yılları arasında Türkiye’de turizm işletme belgesine sahip olan tesislerde konaklayan turist sayısı verilerine dayanarak 2008 yılının ilk yarısındaki turist sayısını tahmin etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarının sonucunda Winter yönteminin sonuçlarının daha güvenilir olduğuna ulaşmışlardır. Yüksel (2007) ve Lim vd. (2009), Winter yönteminin başarısına dikkat çeken diğer çalışmalardır. Yüksel (2007) ise mikro olarak talep tahmini yapmış, Ankara’da faaliyet gösteren beş yıldızlı bir oteli örneklem olarak seçmiş ve çalışmasında Winter yönteminin yanı sıra yargısal tahmin yöntemini kullanmıştır. Lim vd. (2009) Yeni Zelanda’daki konaklama sektöründeki turist sayısını gözlem olarak almışlar, talep tahminlerinde Holt-Winter ve Box-Jenkins ARMA modelleri yöntemini kullanmışlar, Winter yönteminin başarısına dikkat çekmekle birlikte ARMA modelinin de güvenilir sonuçlar verdiğini raporlamışlardır.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı 1990:01-2021:09 tarihleri arasında toplam 381 ayı içeren veri seti kullanılarak Türkiye’ye gelen turist sayıları hakkında geleceğe yönelik öngöründe bulunmaktır. Bu amaç

doğrultusunda Türkiye’ye gelen turist sayısı ve kil değişken olarak kullanılmış ve bu değişkene ait verilen T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nun ve Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) resmi internet sitelerinden elde edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenecek verinin mevsimsellik özelliğine bağlı olarak çalışmada iki farklı yöntem kullanılmıştır. Öncelikle çeşitli ölçütler temel alınarak mevsimsellik arındırılmadan mevcut seri üzerinden SARIMA, sonra mevsimselliği arındırılmış seri üzerinden de ARIMA yöntemi ile iki farklı model kurulmuştur. Bu iki model kendi aralarında karşılaştırılarak en iyi uyum gösteren model üzerinden 12 aylık geleceğe yönelik öngörü yapılmıştır. Diğer bir ifadeyle, 1990:01-2021:09 tarihleri arasında Türkiye’ye gelen turist sayılarının logaritması alınmış; değerleri incelendikten sonra mevsim etkisini içeren orijinal hali ve mevsim etkisinden arındırılmış hali incelenerek her iki yöntem için bilgi ölçütleri yardımıyla en anlamlı modeller belirlenmiştir.

İncelenen değişkenler çeşitli birim kök testleri yardımıyla düzeyde durağan olmadığından model seçiminde mevsim etkisini içeren hali için mevsimsel ARIMA (p,d,q) (P,D,Q)s ve mevsim etkisinden arındırılmış hali için ARIMA (p,d,q) modeli tercih edilmiştir. Her iki yöntem için belirlenen en anlamlı iki model çeşitli ölçütler yardımıyla karşılaştırılarak en iyi uyum gösteren model seçilmiş ve bu model yardımıyla 2021:10-2022:09 tarihleri arasında geleceğe yönelik 12 aylık dönem öngörülmüştür. Bu değerlere çeşitli dönüşümler yapılarak 12 aylık Türkiye’ye gelen turist sayısı tahmin edilmiştir.

Entegre otoregresif hareketli ortalama (ARIMA) süreci düzeyde durağan olmayıp fark alarak durağan hale gelen serilere uygulanan süreçtir. Zaman serisindeki herhangi bir gözlem değeri sabit terim, geçmiş dönem gözlem değerleri, şimdiki ve geçmiş dönem hata terimleri ile oluşturulan model yardımıyla tahmin edilmektedir. ARIMA (p,d,q) gösteriminde p otoregresif sürecin mertebesini yani modeldeki AR gecikme sayısını, q hareketli ortalama sürecin mertebesini yani modeldeki MA gecikme sayısını ve d ise serinin kaç kez farkı alındığında durağan hale geldiğini yani tümleşme derecesini göstermektedir.

Buna göre en genel haliyle ARIMA modeli Eşitlik 1'deki gibi yazılmaktadır.

$$\Delta^d Y_t = \mu + \alpha_1 Y_{t-1} + \alpha_2 Y_{t-2} + \dots + \alpha_p Y_{t-p} + \beta_1 \varepsilon_{t-1} + \beta_2 \varepsilon_{t-2} + \dots + \beta_q \varepsilon_{t-q} + \varepsilon_t \quad (1)$$

Burada μ sabit terimi, α AR parametrelerini, β MA parametrelerini ve $\varepsilon_t \sim N(0, \sigma^2)$ temiz dizi özelliğinde hata terimini göstermektedir. İncelenen seriyi modellemeden önce birim kök testleri yardımıyla tümleşme derecesi belirlenir. Burada en önemli konu p ve q parametrelerinin en optimal şekilde Akaike (AIC) veya Schwarz (SIC) bilgi kriterlerine göre belirlenmesidir. Eğer seri düzeyde durağan olursa ($d = 0$) ARIMA (p, d, q) modeli ARMA (p, q) modeli haline dönüşür. Seri birinci dereceden entegre ise birinci fark değerleri, ikinci dereceden entegre ise ikinci fark değerleri ve d . dereceden entegre ise d . fark değerlerine göre model kurulur. Model kurulduktan sonra otokorelasyon, değişen varyans gibi kontrol edilmesi gereken varsayımların da kontrol edilmesi gerekir (Çolak 2013; Mert ve Çağlar 2019).

Mevsimsel entegre otoregresif hareketli ortalama (SARIMA) sürecinde ise incelenen seri aylık veya mevsimlik olduğunda birbirini takip eden dönemlerde periyodik dalgalanmalar sergiliyorlarsa seride mevsimsel etkinin olduğunu göstermektedir. Düzeyde durağan olmayan seri aynı zamanda mevsim etkisi içeriyorsa seriyi durağan yapabilmek için mevsimlik düzeyde farkı alınmalıdır. Bu durumda oluşturulan süreç mevsimsel ARIMA (p, d, q) (P, D, Q) s ya da SARIMA (p, d, q) (P, D, Q) şeklindedir. Burada P mevsimsel otoregresif sürecin mertebesini, Q mevsimsel hareketli ortalama sürecinin mertebesini, D durağan oluncaya kadar ki mevsimsel fark derecesini ve s ise mevsim periyodunu göstermektedir. Eğer seri aylık ise $s = 12$, mevsimlik ise $s = 4$ olmaktadır. Bu bilgiler ışığında en genel haliyle SARIMA modeli Eşitlik 2'deki gibi yazılmaktadır (Çuhadar 2006; Mert ve Çağlar 2019; Önen 2020).

$$\alpha_p(B^s)\Delta_s^d Y_t = \beta_q(B^s)\varepsilon_t \quad (2)$$

UYGULAMA SONUÇLARI

İncelenen serinin özelliklerini daha iyi incelemek, varyansı sabitlemek ve aykırı gözlemlerin etkilerini azaltmak amacıyla serinin logaritması (LNTS) alınmış ve yeni seri analizinin birinci kısmında kullanılmıştır. Logaritması alınmış serinin grafiği incelendiğinde serinin mevsimsellik içerdiği gözlemlendiğinden en çok tercih edilen Census X13 yöntemi ile mevsimsellikten arındırılmış (LNTS_X13) ve yeni seri, analizinin ikinci kısmında kullanılmıştır.

Analizde logaritması alınmış değişkenlerin durağanlık derecesinin belirlenmesi amacıyla mevsimsellik içeren LNTS serisi için HEGY mevsimsel birim kök testi, mevsimsellikten arındırılmış LNTS_X13 serisi için Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips Perron (PP) birim kök testleri uygulanmıştır. İncelenen değişkenin hesaplanan ADF ve PP birim kök test istatistiği olasılık değerleri Tablo 1'de, HEGY mevsimsel birim kök test istatistiği olasılık değerleri Tablo 2'de verilmektedir.

Serinin incelenen zaman aralığında süreci incelendiğinde artan yönde bir trend ve sabit terim olduğundan dolayı birim kök testlerinden *trend ve intercept* modeli tercih edilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde değişkenin düzey halinde hesaplanan olasılık değerleri 0,05 değerinden büyük olduğundan "seri birim kök içerir" şeklindeki H_0 hipotezi reddedilememiştir. Ancak serinin birinci farkı alındığında ise hesaplanan olasılık değerleri 0,05 değerinden küçük çıktığından H_0 hipotezi yüzde 5 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir. Yani mevsimsellikten arındırılmış logaritmik serinin birinci farkında ($I(1)$) durağan olduğu görülmektedir.

Serinin süreci incelendiğinde artan yönde bir *trend*, sabit terim ve mevsimsel kukla olduğun-

Tablo 1. Değişkenin ADF ve PP Birim Kök Test İstatistik Olasılık Değerleri

Değişken	ADF		PP		Durağanlık Derecesi
	Düzye	1. Fark	Düzye	1. Fark	
LNTS_X13	0,0745	0,0000*	0,0603	0,0000*	I(1)

* İlgili serilerin hangi seviyede durağan olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Değişkenin HEGY Mevsimsel Birim Kök Test İstatistik Olasılık Değerleri

Değişken	Hipotez	Düzyey (Lag = 3)	1. Fark (Lag = 2)	Durağanlık Derecesi
LN _{TS}	Mevsimsel Olmayan Birim Kök (Sıfır Frekans)	0,0171*	0,0056*	(1)
	Mevsimsel Birim Kök (2 aylık Döngü)	0,0234*	0,0043*	
	Mevsimsel Birim Kök (3 aylık Döngü)	0,0000*	0,0000*	
	Mevsimsel Birim Kök (4 aylık Döngü)	0,0000*	0,0002*	
	Mevsimsel Birim Kök (6 aylık Döngü)	0,0000*	0,0000*	
	Mevsimsel Birim Kök (12 aylık Döngü)	0,2598	0,0000*	

* İlgili serilerin hangi seviyede durağan olduğunu göstermektedir.

dan dolayı mevsimsel birim kök testlerinden *intercept, trend ve seasonal dummies* modeli tercih edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde düzey halinde optimal gecikme uzunluğu (lag) 3 iken değişkenin 12 aylık döngü durumunda (çeyrek frekanslarda) hesaplanan olasılık değeri 0,05 değerinden büyük olduğundan “seri mevsimsel birim kök içerir” şeklindeki H₀ hipotezi yüzde 5 anlamlılık düzeyinde reddedilememiştir. Ancak serinin birinci farkı alındığında optimal lag 2 iken incelenen tüm döngü durumlarında hesaplanan olasılık değerleri 0,05 değerinden küçük çıktığından H₀ hipotezi yüzde 5 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir. Yani logaritmik serinin birinci farkında (I(1)) durağan olduğu görülmektedir.

İncelenen serinin her iki yöntem için durağanlık dereceleri belirlendikten sonra çeşitli ölçütler yardımıyla seriler için en anlamlı ARIMA(p,d,q) ve SARIMA(p,d,q)(P,D,Q) model kurulma aşamasına geçilmiştir. Model kurma aşamasında t ve F testlerinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı, modelden elde edilen hata değerleri yardımı ile hata kareler ortalamasının karekökü (RMSE), modellerin durağanlık ve çevrilebilirlik kontrolleri tek tek incelenmiştir. Bu şartları sağlayan modeller arasında ölçütlere göre en anlamlı model her iki durumda belirlenerek birbirleriyle karşılaştırılmıştır. Analiz sonucu ARIMA ve

Tablo 3. Bilgi Kriterlerine Göre Serilerin ARIMA ve SARIMA ile Modellenmesi

Değişken	En Anlamlı Model	AIC Değeri	SIC Değeri	RMSE
LN _{TS}	SARIMA (2,1,2)(2,1,0)	-3,5746	-3,5089	0,0367
LN _{TS_X13}	ARIMA (2,1,2)	-2,8868	-2,8363	0,0536

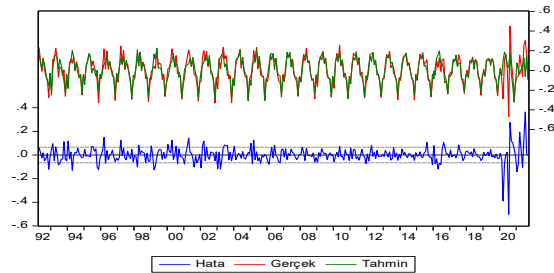
SARIMA için en anlamlı modelin ölçüt değerleri Tablo 3’te verilmektedir.

Kullanılan programda otomatik model seçimi yapıldığında ARIMA ve SARIMA yöntemleri için ölçütleri sağlayan en anlamlı modeller belirlenmiştir. Kurulan en anlamlı modellerde tüm katsayılar ile model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş, RMSE değeri 0’a yakın çıkmış ve durağanlık ile çevrilebilirlik için gerekli şartı sağladığı kontrol edilmiştir. En anlamlı modeller kendi arasında kıyaslandığında, incelenen seri mevsimsellik içerdiğinden en iyi uyum gösteren modelin SARIMA (2,1,2)(2,1,0) mevsimsel entegre otoregresif hareketli ortalama modeli olduğu tespit edilmiştir.

$$dln_{ts} = 0,689ln_{ts-1} - 0,791ln_{ts-2} + 0,551ln_{ts-12} + 0,387ln_{ts-24} - 0,903\varepsilon_{t-1} + 0,846\varepsilon_{t-2} + \varepsilon_t$$

Model belirlendikten sonra geleceğe yönelik öngöründe kullanılması için hata terimleri arasında Lagrange Multiplier (LM) testi ile otokorelasyon ve White testi ile değişen varyans olup olmadığı ayrıca kontrol edilmiştir. LM = 0,289 ve White = 0,174 test olasılık değerleri 0,05 değerinden büyük çıktığından modelden elde edilen hata terimleri arasında “otokorelasyon yoktur” ve “değişen varyans yoktur” şeklinde kurulan H₀ hipotezleri reddedilemediği için süreçte otokorelasyon ve değişen varyansın olmadığı görülmüştür. Elde edilen hata, gerçek ve tahmin ile tahminin istatistiksel değerleri Şekil 1’de gösterilmektedir

Şekil 1 incelendiğinde, hata değerlerinin 0 civarında yayılması, gerçek ve tahmin değerlerinin



Şekil 1. Hata, Gerçek ve Tahmin Değerleri ile Tahminin Güvenirlik İstatistiksel Değerleri

Tablo 4. SARIMA (2,1,2) (2,1,0) Modeline göre 12 Aylık Öngörü Sonuçları

Dönem (Ay)	LNTSF	TSF
2021:10	6,6737	4717347
2021:11	6,3883	2444991
2021:12	6,3313	2144155
2022:01	6,2993	1991839
2022:02	6,2801	1905872
2022:03	6,3654	2319487
2022:04	6,4744	2981559
2022:05	6,5913	3901871
2022:06	6,6404	4369664
2022:07	6,7395	5488770
2022:08	6,7536	5669922
2022:09	6,6935	4937114

birbirine çok yakın seyir izlemesi, analiz sonucu seçilen SARIMA (2,1,2) (2,1,0) modelinin uygunluğunu doğrulamaktadır. Bu bilgiler ışığında seçilen en iyi uyum gösteren modele göre, geleceğe yönelik öngörü yapılabileceği tespit edilmiş, dinamik tahminleme ile 2021:10-2022:09 dönemleri arası geleceğe yönelik 12 aylık Türkiye'ye gelen turist sayısı öngörü değerleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablonun LNTSF sütunundaki değerler SARIMA (2,1,2)(2,1,0) modeli ile bulunmuş ve bu değerlerin anti logaritması alınarak 12 aylık Türkiye'ye gelen turist sayıları (TSF) tahminleri hesaplanmıştır.

SONUÇ

Turizm sektörü gerek diğer birçok sektör ile geri ve ileri bağlantılara sahip olması, gerekse Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin başta işsizlik ve cari açık gibi yapısal temel ekonomik sorunlarının giderilmesinde önemli katkılar sunması nedeniyle önemli ve etkili bir sektördür. Yine gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesi ve istikrarlı hale getirilmesinde, bölgesel gelişmişlik farklarının ve yoksulluğun azaltılmasında turizm sektörünün ve faaliyetlerinin katkısı önemlidir. Diğer taraftan döviz

kazandırıcı sektörler açısından değerlendirildiğinde, turizm sektöründe kazanılan dövizin maliyetinin çok daha az olması ve diğer sektörlerle kıyasla çok daha fazla yerli girdi kullanması, turizmin önemine işaret etmektedir.

Tüm bu avantajlarına karşın turizm sektörü; çok yüksek miktarda sabit sermaye yatırımı gerektirmesi, hizmetler sektörünün içerisinde barındırdığı başta ekonomik şoklar ve siyasi anlaşmazlıklar gibi dışsal süreçlerden etkilenme potansiyelinin yüksek olması gibi sebeplerle esaslı bir planlamaya gereksinim duymaktadır. Bu bağlamda turizm sektöründe yapılacak yatırımların bu süreçleri de dikkate alarak verimli bir şekilde yapılması önem arz etmektedir. Diğer taraftan turizm sektörüne yapılacak başta teşvik uygulamaları olmak üzere devlet tarafından uygulanacak turizm politikalarının etkinliği ülkeye gelecek turist sayısının doğru ve etkin bir tahminini zorunlu kılmaktadır.

Özellikle 2019 yılının Aralık ayında başlayan COVID-19 salgınının hemen hemen tüm sektörlerde yaratmış olduğu daralma, geleceğe yönelik bu tür tahminlerin yapılmasını önemli kılmaktadır. Özellikle küresel ölçekte turizm sektörünün COVID-19 sürecinde yaklaşık olarak turist sayısı bakımından yüzde 75 oranında bir küçülme yaşanmıştır. Türkiye gibi Gayri Safi Yurt İçi Hasılasının neredeyse yüzde 25 düzeyindeki kısmını turizm sektöründen sağlayan bir ülke için bu daralma önemli sorunları da beraberinde getirmektedir.

Diğer taraftan turizm alanında talep tahmininin yapılmasının ürün arzının belirlenmesi açısından da önemi bulunmaktadır. Türkiye gibi yüksek genç nüfus oranına sahip olan bir ülkede değişken faktör olan işgücünün turizm talebi artışına karşılık arttırılabilmesi mümkündür. Ancak artan talep için sezon içerisinde sabit üretim faktörlerinden olan fiziksel (oda, havuz vb.) sermaye yatırımlarının arttırılması mümkün değildir. Bu sebeple her ne kadar tahminler her zaman birebir gerçekle örtüşmese de, turizmde sermaye yatırımlarının sezon öncesinde gerçekleştirilebilmesine imkân vermesi açısından bu tür çalışmaların yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Diğer taraftan turizm talep tahminleme çalışmalarında genelde sonuçlar tahmin edilen modelin hangisinin daha doğru sonuçlar verdiğine yönelik gerçekleştirilmektedir. Ancak bu çalışmada tahmin modeli seçimi değil, tahmin sonuçlarının mevsimsellik de dikkate alındığında turizm talebinde meydana gelecek eğilimleri göstermesi ve sektöre yol gösterici olması amaçlanmıştır. Tahmin çalışmaları bu bağlamda eğilimleri değerlendirmek amacıyla da gerçekleştirilebilmektedir. Diğer yandan tahmin çalışmalarının önemli bir sınırlılığı, olası şoklar ve dışlanan değişkenler nedeniyle tahmin sonuçlarında birebir gerçek değerlere ulaşmanın zorluğudur.

Bu çalışmada 1990:01-2021:09 tarihleri arasında Türkiye'ye gelen turist sayıları vekil değişken olarak kullanılmış, turizm talebine yönelik 2021:10 ile 2022:09 dönemleri için geleceğe yönelik öngöründe bulunmak amaçlanmıştır. Bu amaçla incelenen veri setinde mevsimsellik olduğundan çeşitli ölçütler temelinde mevsimsellik arındırılmadan mevcut seri üzerinden en anlamlı SARIMA, sonra mevsimselliği arındırılmış seri üzerinden en anlamlı ARIMA modelleri kurulmuştur. Elde edilen iki model kendi arasında çeşitli ölçütlere göre karşılaştırılarak en iyi uyum gösteren model, SARIMA (2,1,2) (2,1,0) modeli olarak belirlenmiştir. Bu noktada gerek Goh ve Law (2002) tarafından yapılan ve en iyi performansın ARIMA modeliyle elde edildiğini ifade eden çalışmaları ile Smeral ve Wüger (2005) tarafından yapılan ve ARIMA ile SARIMA modelleri arasında tahmin güvenilirliği açısından herhangi bir fark olmadığını ifade eden çalışmalarından farklı olarak bu çalışmada SARIMA modelinin en iyi tahmin sonuçlarını verdiği görülmüştür.

Bu çalışma kapsamında sadece dış turizm rakamları ile talep tahmini gerçekleştirilmiştir. Ancak salgın hastalıklar, siyasi karışıklıklar, savaş gibi durumlarda iç turizm de önem arz etmektedir. Bu sebeple daha sonraki çalışmalarda 2022 yılının başlarında yaşanan Ukrayna-Rusya savaşı ve COVID-19 salgınının süre gelen etkilerinin de ele alındığı iç turizme yönelik talep tahmin çalışmalarının da alanyazın açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Zira dışsal şoklardan kaynaklanan dış turizmde meydana gelen azalmalar,

firmaların finansal sürdürülebilirliğini sağlayabilmesi açısından sıkıntılar yaratsa da, bu sıkıntılarının atlatılması için iç turizme daha çok önem verilebilir. Böylece ilgili kurumlarca doğru fiyat ve pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine de destek olunabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akal, M. (2004). Forecasting Turkey's Tourism Revenues by ARMAX Model, *Tourism Management*, 25 (5): 565-580.
- Au, N. ve Law, R. (2002). Categorical Classification of Tourism Dining, *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 819-833.
- Aydın, A., Darıcı, B. ve Taşçı, H. M. (2015). Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 45: 143-177.
- Box, G. E. P. ve Jenkins, G. M. (1970). *Time Series Analysis, Forecasting and Control*. San Francisco: Holden Day.
- Bull, A. (1995). *The Economics of Travel and Tourism*. İkinci Baskı, Melbourne: Addison Wesley Longman Australia Pty Ltd.
- Burger, M. D., Kathrada, M. ve Law, R. (2001). A Practitioners Guide to Time-Series Methods for Tourism Demand Forecasting a Case Study of Durban, South Africa, *Tourism Management*, 22 (4): 403-409.
- Chen, J. C. (2000). Forecasting Method Applications to Recreation and Tourism Demand (*PhD Thesis*). ABD: North Carolina State University.
- Cho, V. (2001). Tourism Forecasting and its Relationship with Leading Economic Indicators, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25 (4): 399-420.
- Cho, V. (2003). A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting, *Tourism Management*, 24 (3): 323-330.
- Chun-Fu, C., Ming-Cheng, L. ve Ching-Chiang, Y. (2012). Forecasting Tourism Demand Based on Empirical Mode Decomposition and Neural Network, *Knowledge-Based Systems*, 26: 281-287.
- Çolak, F.D. (2013). Volatilitenin Modellenmesinde ve Öngörülmesinde ARCH Modelleri: İMKB-100 Endeksi Üzerine Bir Uygulama (*Basilmanış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çuhadar, M. ve Kayacan, C. (2005). Yapay Sinir Ağları Kullanılarak Konaklama İşletmelerinde Doluluk Oranı Tahmini: Türkiye'deki Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Deneme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 24-30.
- Çuhadar, M. (2006). Turizm Sektöründe Talep Tahmini için Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama) (*Basilmanış Doktora Tezi*), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çuhadar, M. (2013). Türkiye'ye Yönelik Dış Turizm Talebinin MLP, RBF ve TDNN Yapay Sinir Ağı Mimarileri ile Modellenmesi ve Tahmini: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Journal of Yaşar University*, 8 (1): 5274-5295.

- Çuhadar, M. (2014). Muğla İline Yönelik Dış Turizm Talebinin Modellenmesi ve 2012-2013 Yılları İçin Tahminlenmesi, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6 (12): 1-22.
- Çuhadar, M., Kervankıran, İ. ve Ongun, U. (2020). Türkiye'de İç Turizm Hareketlerinin Tahmin Modellemesi: Karşılaştırmalı Analiz, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2): 1113-1131.
- Goh, C. ve Law, R. (2002). Modeling and Forecasting Tourism Demand for Arrivals with Stochastic Nonstationary Seasonality and Intervention, *Tourism Management*, 23 (5): 499-510.
- Güngör, İ. ve Çuhadar, M. (2005). Antalya İline Yönelik Alman Turist Talebinin Yapay Sinir Ağı Yöntemi ile Tahmini, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 84-98.
- Karaoğlu, N. (2019). Türkiye'de Uluslararası Turizm Talebinin Dinamik Panel Veri Analizi, *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 4 (1): 85-101.
- Kulendran, N. ve Witt, S.F. (2003). Leading Indicator Tourism Forecasts, *Tourism Management*, 24: 503-510.
- Law, R. (1998). Room Occupancy Rate Forecasting: A Neural Network Approach, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (6): 234-239.
- Law, R. (2000). Back-Propagation Learning in Improving The Accuracy of Neural Network-Based Tourism Demand Forecasting, *Tourism Management*, (21): 331-340.
- Law, R. ve Au, N. (2000). Relationship Modeling in Tourism Shopping: A Decision Rules Induction Approach, *Tourism Management*, 21 (3): 241-249.
- Lim, C., C. Chang ve M. McAleer (2009). Forecasting H(m) otel Guest Nights in New Zealand, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (2): 228-235.
- Loganathan, N. ve Yahaya, İ. (2010). Forecasting International Tourism Demand in Malaysia Using Box Jenkins Sarima Application, *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3: 50-60.
- Mert, M. ve Çağlar, A.E. (2019). *Eviews ve Gauss Uygulamalı Zaman Serileri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Önen, V. (2020). ARIMA Yöntemiyle Türkiye'nin Hava Yolu Kargo Talep Tahmin Modellemesi ve Öngörüsü, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18 (4): 29-53.
- Prideaux, B., Laws, E. ve Faulkner, B. (2003). Events in Indonesia: Exploring The Limits to Formal Tourism Trends Forecasting Methods in Complex Crisis Situations, *Tourism Management*, 24 (4): 475-487.
- Schwartz, Z. ve Cohen, E. (2004). Subjective Estimates of Occupancy Forecast Uncertainty by Hotel Revenue Managers, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16 (4): 59-66.
- Shan, J. ve Wilson, K. (2001). Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China, *Applied Economics Letters*, 8: 279-283.
- Smeral, E. (2004). Long-term Forecasts for International Tourism, *Tourism Economics*, 10 (2): 145-166.
- Smeral, E. ve Wüger, M. (2005). Does Complexity Matter? Methods for Improving Forecasting Accuracy in Tourism: The Case of Austria, *Journal of Travel Research*, 44 (1): 100-110.
- Song H. ve Witt, S.F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Pergamon: Cambridge.
- Song, H., Wong, K.K.F. ve Chon, K.K.S. (2003). Modelling and Forecasting The Demand for Hong Kong Tourism, *International Journal of Hospitality Management*, 22: 435-451.
- Soysal, M. ve Ömürganülşen, M. (2010). Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1): 128-136.
- Turner, L. W. ve Witt, S. F. (2001). Factors Influencing Demand for International Tourism: Tourism Demand Analysis Using Structural Equation Modelling, Revisited, *Tourism Economics*, 7: 21-38.
- Uysal, M. ve El Roubi, M.S. (1999). Artificial Neural Network Versus Multiple Regression in Tourism Demand Analysis, *Journal of Travel Research*, 38 (2): 111-118.
- Yüksel, S. (2007). An Integrated Forecasting Approach to Hotel Demand, *Mathematical and Computer Modelling*, 46 (7-8): 1063-1070.

Box-Jenkins Yöntemiyle Turizm Talebinin Tahmin Edilmesi: Türkiye Örneği



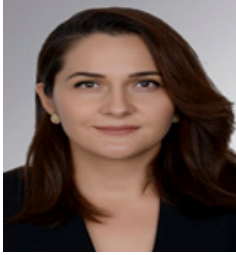
Kurtuluş BOZKURT

T.C. Muğla Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü'nden mezun oldu (2002). Yüksek lisans derecesini T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nden İktisat Dalı'ndan (2006), doktora derecesini de T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nden İktisat Dalı'ndan aldı (2012). T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2013). Doçentlik unvanını Makro İktisat alanında aldı (2019). Halen T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Ekonomi Bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; turizm ekonomisi, yenilik ekonomisi ve uygulamalı iktisattır.



Aytaç PEKMEZCİ

T.C. Muğla Üniversitesi, Fen, Edebiyat Fakültesi, İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri Bölümü'nden mezun oldu (2001). Yüksek lisans derecesini T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nden İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri Dalı'ndan (2005), doktora derecesini de T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nden Matematik Dalı'ndan aldı (2011). T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2013). Doçentlik unvanını Nicel Karar Yöntemleri alanında aldı (2021). Halen T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; ekonometri ve zaman serisi analizleridir.



Hatice TEKİN ARMUTCUOĞLU

T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü'nden mezun oldu (2011). Yüksek lisans derecesini T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Genel İktisat Dalı'ndan (2014), doktora derecesini de T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi'nden İktisat Dalı'ndan aldı (2019). 2021 yılında T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi'nde çalışmaya başladı. Halen T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Ekonomi Bölümü'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; turizm ekonomisi, yenilik ekonomisi ve uygulamalı iktisattır.

Ekonomik Yapı ile Fertlerin Rekreatif Seyahat Harcamaları Arasındaki İlişki

Özkan TÛTÛNCÛ

Dokuz Eylöl Üniversitesi
Necat Hepkon Spor Bilimleri Faköltesi

GİRİş

Ülkemizdeki ekonomik yapının yıllara göre güçlendiği, her dönem iktidardaki hükümetler tarafından dile getirilmektedir. Ekonomik yapının gelişmesine bağlı olarak, bireylerin harcamalarında bir artış beklenen bir durumdur. Harcamalar, Maslow'un (1943) belirlemesine bağlı olarak öncelikle birincil ihtiyaçların giderilmesine, daha sonra da ikincil ihtiyaçların giderilmesine yönelik olarak gerçekleşir. Bu kapsamda boş zaman faaliyetlerinin bir kısmı birincil ihtiyaçlar içinde yer alabilirken, bir kısmı da ikincil ihtiyaçlar içinde yer almaktadır. Bir takım temel fizyolojik ihtiyaçlarımız boş zaman faaliyeti kapsamında ele alındığında, örneğin bireyin barındığı ortamda gerçekleştirdiği yemek, içmek veya üremek gibi faaliyetler, rekreatif bir etkinlik olarak birincil ihtiyaçlar içinde değerlendirilebileceği gibi bu ihtiyaçların turistik bir tesiste gerçekleştirilmesi ikincil ihtiyaçlar kapsamında gerçekleştirilen bir rekreatif etkinlik olarak ele alınabilir. Her iki ortamda gerçekleştirilen faaliyetlerin deneyim hazzının farklı sonuçlar verebileceği öngörülebilir. Elbette genel olarak birçok kişi farklı ve ayrıcalıklı mekanlarda rekreatif faaliyetler yapmayı tercih edecektir. Bununla birlikte turistik bir tesiste gerçekleştirilen boş zaman faaliyetinin maliyeti, evde gerçekleştirilenin maliyetinden daha fazla olabilecektir. Diğer bir ifade ile gerçekleştirilen harcamada bir artış söz konusu olacaktır. Harcama yapılıbilmesi, bireyin belirli bir ekonomik güce sahip olmasını beraberinde getirmektedir. İşte bu noktadan değerlendirildiğinde ekonomik

yapı ile harcamalar arasında bir ilişki olmasından bahsetmek, gayet doğaldır.

Bu çalışmada ülkemizdeki genel ekonomik yapının gelişiminden hareketle, rekreatif seyahat harcamalarının ne şekilde değiştiği üzerinde durmaya çalışacağım. Var olan durumu değerlendirirken, yöntemsel açıdan ilgimi çeken bazı hususların altını da incelediğim konudan hareketle çizerek, hatırlatmalarda bulunacağım. Bu kapsamda ilk olarak bizlere hocalarımız tarafından öğretilen ve aktarılan ki bunlar olmasa ilerlememiz mümkün olmazdı, yapılan araştırmalarda tarafsızlığın bir göstergesi olarak özne belirtmeyen düz cümleler kullanılmasıdır. Örneğin bir analizin sonucunun şu şekilde "Yapılan bağımsız örneklem t testine göre ... ile ... arasında, istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır." verilmesidir. Oysaki çalışmayı yapan kişi ve/veya grubun aktif olarak yaptığını savunması, artık istenilen bir durumdur. Bu nedenle birçok bilimsel faaliyette çalışmayı yapanların pasif anlatımlar yerine, aktif anlatımlar ile yaptığını belirlemesi istenmektedir. Diğer bir ifade ile "Biz çalışmamızda ... testinde ... ile ... arasında, istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir farklılık bulduk." denilmesi tercih edilmektedir. Bu kapsamda çalışmada bu tip bir ifade tarzını kullanmaya elimden geldiğince dikkat edeceğimi belirtmek isterim. Ele aldığımız konuya geri dönecek olursak, gerçekleştirdiğimiz rekreatif seyahatler birbirinden farklılık göstermektedir. Bununla birlikte bizim de üye olduğumuz Dünya Turizm Örgütü ve Eurostat'ın belirlemeleri çerçevesinde, Türkiye İstatistik

Kurumu (TUİK) ülkemizde gerçekleştirilen hem genel ekonomik faaliyetleri hem de hanehalkının harcamalarını farklı gruplarda toplayarak, temel göstergeler bazında bizlere sunmaktadır. Hanehalkının harcamaları içerisinde, yaptığı seyahatler farklı gruplarda sınıflandırılmaktadır. Bu gruplar içinde yer alan üç farklı seyahat türü doğrudan rekreatif faaliyetlerle ilgili olduğundan, bu çalışmada “gezi, eğlence ve tatil seyahatleri” bir grup olarak “tatil seyahatleri” başlığında, “kültür seyahatleri” ve “yakınlara ziyaret” ise yine kendi başlıkları ile çalışmada ele alınıp değerlendirilecektir.

Ekonomik yapı içinde bireyin boş zamanına ve ekonomik gücüne, gerçekleştireceği rekreatif faaliyet kapsamında kısaca değinmekte fayda bulunmaktadır. Bir unsur olarak rekreatif faaliyeti gerçekleştirmek için kişinin öncelikle boş zamanının olması gerekmektedir. Bu kapsamda rekreatif faaliyetin temel unsuru boş zamandır. Boş zamanı olan fakat yeterli ekonomik gücü olmayan bireyin, etkin bir rekreatif faaliyet gerçekleştirmesi mümkün müdür sorusunun yanıtını vermek çok da kolay değildir. Konuyu biraz daha açmakta fayda bulunmaktadır. Örneğin asgari ücretli bir ailenin üniversite mezunu işsiz bir ferдинin, belki de çok fazla boş zamanı bulunmaktadır. Peki, bu onun sağlıklı rekreatif faaliyetler gerçekleştirmesinin zeminini sağlayabilir mi sorusunun yanıtı, sanıyorum iç açıcı olmayacaktır. Diğer bir ifade ile rekreatif faaliyetin gerçekleştirilmesi için öncelikle insani yaşam koşullarının her bir birey tarafından elde edilmiş olması gerekmektedir. Bu bize harcanabilir bir insani gelirin herkes için olması gerekliliğini göstermektedir. Aslında bu konuyu yüz yıl evvelen ele alınan bir belirleme ile değerlendirebiliriz. Vilfredo Pareto (1906) İtalya’da yaşadığı dönemdeki ekonomik yapıyı incelediğinde, ilginç bir gerçeklikle karşılaşılır. Milli gelirin yüzde 80’ini halkın zengin olan yüzde 20 mutlu azınlığı alır iken, milli gelirin geri kalan yüzde 20’si halkın fakir olan yüzde 20’lik talihsiz çoğunluğu almaktadır. Günümüzdeki durum bundan çok farklı gözükmemektedir. Oxfam’ın (2017) raporuna göre dünyanın en zengin altı iş adamının toplam zenginliği, dünya fakir nüfusunun yarısının

toplam zenginliğinden daha fazladır. BBC News Türkçe’nin (2021) haberinde belirttiği Dünya Eşitsizlik Raporu’na göre Türkiye’de en zengin yüzde 10’luk kesim, tüm gelirin yüzde 54’ünü almaktadır.

Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ekonominin tüm sektörlerini eksiksiz olarak içine alan bağımsız bir hesap şeklinde, ülkede faaliyet gösteren yurttaşların (yerli ve yabancı dahil) o yıl üretilen tüm mal ve hizmetlerin para birimi şeklinde karşılığının tahmin edilerek ortaya konmasıdır. Bu açıdan ekonomik yapının gücünü en iyi ortaya koyan göstergelerden biri GSYİH’dır. Bununla birlikte yukarıda ele alındığı gibi GSYİH’nın paylaşımında, tüm ülkelerde genel olarak dengesizlikler olduğu görülmektedir. Kişibaşı GSYİH, bir yıl için üretilen toplam GSYİH’nın, ülke nüfusuna bölünmesi ile saptanmaktadır. GSYİH’nın var olan dünya düzeni içinde fertler tarafından adil bir şekilde paylaşılmadığı bilinmekle birlikte, içinde bulunduğumuz küresel sistemde de aynı şekilde hesaplanmaktadır. Bu kısıtlar dahilinde, kişibaşı GSYİH somut bir ekonomik gösterge olarak değerlendirilebilir.

Her ülkenin temel hedefi GSYİH’yı büyütmek ve buna bağlı olarak yurttaşlarının kişibaşı GSYİH’larının artışı sağlamaktır. Kişibaşı GSYİH’nın artması refah düzeyinin ve fertlerin harcamalarının artmasını beraberinde getirebilecek ve bu süreç GSYİH’nın ivmelenecek artmasını teşvik edebilecektir. Tüm bu açıklamalar kapsamında, bu çalışmanın amacı ekonomik yapının önemli bir göstergesi olarak kişibaşı GSYİH’den hareketle, ülkemiz fertlerinin rekreatif seyahat harcamalarının yıllara göre nasıl dönüştüğünü belirlemektir. Çalışmanın amacından hareketle, bazı hipotetik sorgulamalar yapılabilir. Bunlardan en önemlisi, madem her ülkenin temel hedeflerinden biri toplam ve kişibaşı GSYİH’nın gelişmesidir, yıllara göre fertlerin rekreatif seyahat harcamaları arasında pozitif yönde anlamlı bir farklılığın olduğunun saptanmasıdır.

YÖNTEM

Çalışmada TUİK’in her yıl yayınladığı verilere bağlı olarak; mevsim etkisinden arındırılmış cari fiyatlarla gayrisafi yurt içi hasıla değeri ve

değişim oranları (TUİK 2022a), seyahat amacına ve çeyreklere göre seyahat harcamaları ikincil veriler kapsamında nicel olarak analiz edilmiştir (TUİK 2022b). Her ne kadar mevsim etkisinden arındırılmış cari fiyatlarla gayrisafi yurt içi hasıla değeri ve değişim oranları 1998 yılından bu yana toplanmış ve yayınlanmış olsa da seyahat amacına ve çeyreklere göre seyahat harcamaları 2009 yılından bu yana sistematik olarak toplandığından, verilerin karşılaştırmalı analizi 2009 yılından günümüze kadar olan kısım için gerçekleştirilmiştir. TUİK GSYİH hesaplarında 2019, 2020 ve 2021 verilerini revize etmiştir. Çalışma revize edilen güncel veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. İkincil verilerin hangi yöntemler ile nasıl toplandığı (örneklem vb.) ile ilgili olarak TUİK'in internet sayfalarında gerekli detaylı bilgiler bulunmaktadır.

TUİK verilerini kullanmadan önce, karşılaştırmaların doğru yapılabilmesi için bazı noktalara dikkat edildiğinin belirtilmesi gerekmektedir. Ülkemizdeki enflasyon oranı TUİK tarafından belirlenmekle birlikte, enflasyon oranı ile kurdaki değişim oranları arasında farklılık olabilemesinden ve/veya uluslararası karşılaştırmalardan dolayı, GSYH aynı zamanda ABD doları cinsinden de ele alınmaktadır. Buna bağlı olarak çalışmadaki harcama ve gelir verileri hem Türk lirası hem de doları olarak, karşılaştırmalı ele alınmıştır. Çalışmanın genel yapısını bozmamak için TUİK'in çeyreklikler bazında ilan ettiği Türk lirası bazındaki veriler, Merkez Bankası (MB) verilerine göre ABD dolara dönüştürülmüştür. Bu kapsamda MB'sının satış kuru üzerinden her üç aylık dönem için ortalama kur saptanarak, çevrimler gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte TUİK ülkemize gelen yabancılar için hazırladığı 12 aylık verileri, ülke vatandaşlarımız için neden 12 ay değil de sadece dört dönem bazında verdiğini bilememekteyiz. TUİK yayınladığı verilerde "hanehalkı" ve "kişibaşı" ifadelerini bitişik kelimeler olarak ele aldığından, çalışmada aynı şekilde kullanılacaktır.

Öte yandan ABD'de yaşanan enflasyonun da verilere yansıtılması, doların gerçek değerinin belirlenmesi açısından gerekmektedir. Yıllık enflasyon oranı o yıl gerçekleşen enflasyonun orta-

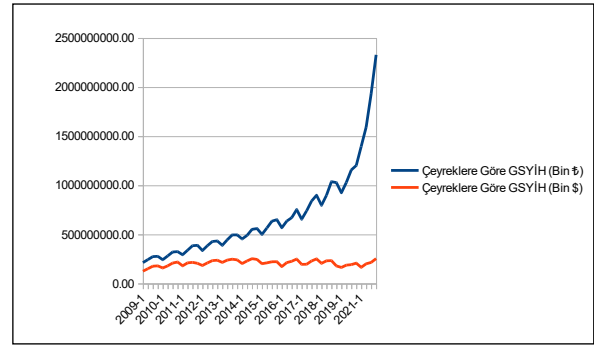
lamasının alınması ile bulunmaktadır. Bununla birlikte yaşanan gerçek enflasyonun belirlenmesinde, yıllık ortalama enflasyondan ziyade bir önceki yıl ile karşılaştırmalı olarak yapılan değerlendirmelerin daha gerçekçi olduğu değerlendirilmektedir (The Balance 2022). Bu nedenle ABD'de bir önceki yılın sonunda (Aralık ayına göre) belirlenen enflasyonun, gerçekleşen yılın yine Aralık sonu enflasyonuna göre değişim oranı, çalışmada dolar cinsinden belirlenen verilere yansıtılmıştır. TUİK verilerinin çeyrekler bazında ele alındığı ve toplam yıllık değerler olmadığı unutulmamalıdır. 2020 yılında TUİK COVID-19'dan dolayı kültüre yönelik yapılan seyahat harcamalarını belirlememiştir. Hem bu alana yönelik veri grubunun olmaması hem de 2020 yılının diğer yıllara göre farklı özellik göstermesinden, grafiklerde ve istatistiksel testlerde 2020 yılı verileri kapsam dışında tutulmuştur.

BULGULAR

Yöntem kısmındaki belirlemelerden hareketle, Şekil 1, 2009 yılından bu yana TUİK tarafından çeyreklere göre hesaplanmış olan GSYİH'nın Türk lirası ve ABD doları kapsamındaki gelişimini göstermektedir. Grafik incelendiğinde Türk lirası olarak GSYİH'nın yıllara göre artış eğiliminde olduğu rahatlıkla görülmektedir. Bununla birlikte enflasyondan arındırılmış dolar karşılığındaki eğilimi, Türk lirası değişimi gibi değildir. 2009 yılından bu yana var olan eğilim grafiksel olarak incelendiğinde, 2014-15 yıllarında Türk lirası bazında bir kırılmanın olduğu görülmektedir. Hem bu nedenle hem de istatistiksel olarak doğru bir karşılaştırma yapabilmek için yeterli sayıda örneklem gerekliliği; tüm yılları sadece dörder dönem üzerinden birbirleriyle karşılaştırmak yerine; 2009-14 ile 2015-21 iki ayrı yıl grubu üzerinden saptamalar yapmak daha sağlıklı olacaktır. Bunun en büyük nedeni her iki grubun altı yılı içine alması ve dolayısıyla her bir grubun 24'lük (6x4) veri setine sahip olmasıdır. Ekonomik yapı kapsamında GSYİH 2014 yılında 2009 yılına göre daha güçlenmiş olmakla birlikte (2009'dan 2014 yılına kadar dolar bazında yüksek olmasa da artış eğilimi grafikte izlenmektedir), 2021 yılında 2014 öncesine göre daha zayıfla-

mıştır (2014'ten 2021 yılına kadar dolar bazında yüksek olmasa da düşüş eğilimi grafikte izlenmektedir). Grafik üzerinden görsel olarak yıllara göre rekreatif harcamalara yönelik eğilimin nasıl geliştiği izlenmekle birlikte, dönemler arası eğilimler arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak saptanmasında fayda bulunmaktadır.

Karşılaştırmaları yapmadan önce ikincil veriler üzerine birkaç belirleme yapmak isterim. İkincil veriler, harcamalar üzerinden TÜİK tarafından belirlenmiştir. Ancak bu harcamalar Türk lirası cinsinden sunulmaktadır. Normal şartlar altında oran ölçeği kapsamında toplanan bu verilerden hareketle yapılacak korelasyon analizlerinde, yüzde yüzlük bir korelasyona ulaşılması gayet normaldir. Öte yandan bu veriler hem kuru değişkenliği üzerinden her yıl dolara çevrildiğinden, hem de yıllara göre değişen ABD'deki enflasyonun düzeltme amacıyla bu verilere uygulanmasından (sabit bir artış olmamasından), yüzde yüzlük bir korelasyona ulaşmak pek de mümkün değildir. Bunu bu tip oran ölçeği ile toplanan verilerde, benzer istatistiksel testler için belirtebiliriz. Ek olarak panel veriler veya bu tip ikincil veriler için normallik dağılımı şartının sağlanması genelde göz ardı edilse de uygulanacak test ve örneklem büyüklüğü dikkate alınmak durumundadır. Eşleştirilmiş örneklem için parametrik bir test olan öğrencinin t testinde minimum örneklem sayısı belirtilmese de küçük örneklerde bu testin ön koşullarının sağlanması gerekmektedir. Bu nedenle verilerin normal



Şekil 1. Çeyreklere Göre Toplam GSYİH'nın Eğilimi 2021 Verileri ile Karşılaştırması

dağılım özelliği göstermesi, etki büyüklüğünün kontrolü açısından önemli olmaktadır. Yapılacak yıl gruplarına göre kıyaslamada normal dağılıma ayrıca dikkat edilerek, uygun olması durumunda eşleştirilmiş örneklem için öğrencinin t testinin kullanılması sağlıklı olacaktır. Bununla birlikte karşılaştırılan grupların 30'dan az ölçüme sahip olmasından dolayı, parametrik teste ek olarak Wilcoxon rank testi sonuçları etki büyüklükleri ile birlikte sunulacaktır. Parametrik testlerin ön koşullarının sağlanamaması durumunda, Wilcoxon rank testi kullanılacaktır.

Tablo 1'deki Shapiro-Wilk testi incelendiğinde Türk lirası cinsinden verilerin normal dağılmadığı görüldüğünden, GSYİH'nın Türk lirası cinsinden değerlendirilmesinde Wilcoxon rank testi sonuçları ele alınacaktır. 2009-14 ve 2015-2021 yılları arasında çeyrekliklere göre istatistiksel olarak Türk lirası cinsinden toplam GSYİH'da beklendiği üzere istatistiksel olarak anlamlı bir

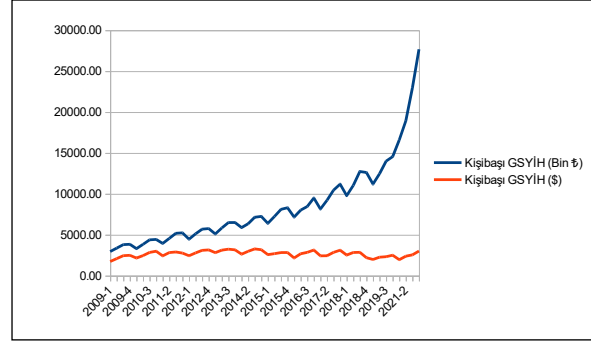
Tablo 1. GSYH'nın Çeyreklik Dönemlere Göre Karşılaştırmalı İstatistikleri

		Shapiro-Wilk	İstatistik	SS	p	Etki Tipi	Etki Gücü
2009-14 Çeyreklere Göre GSYİH (Bin ₺)	2015-21 Çeyreklere Göre GSYİH (Bin ₺)	< ,001	(W) 0,00		< ,001	Rank biserial correlation	-1,00
2009-14 Çeyreklere Göre GSYİH (Bin \$)	2015-21 Çeyreklere Göre GSYİH (Bin \$)	0,197	(t) -0,40	23.00	0,348	Cohen's d	-0,08
2009-14 Çeyreklere Göre GSYİH (Bin \$)	2015-21 Çeyreklere Göre GSYİH (Bin \$)		(W) 139,00		0,384	Rank biserial correlation	-0,07

Not. $H_a \mu \text{ Öncesi } 1 - \text{ Sonrası } 2 < 0$

değişiklik vardır ve etki büyüklüğü testin gücünü tam olarak ortaya koymaktadır. Shapiro-Wilk testi 2009-2014 ile 2015-21 yılları arasında çeyrekliklere göre karşılaştırılan gruplar arasında, dolar bazındaki verilerin normal dağılım sağlandığını göstermektedir. Bu aşamada veri setinin örneklem sınırlılığı (ölçüm sayısı) nedeniyle hem parametrik hem de non-parametrik test sonuçları birlikte verilecektir. Dolar cinsinden kıyaslamada ne öğrencinin t testi ne de Wilcoxon rank testi istatistiksel olarak anlamlı bir fark ortaya koyamamıştır. Bu testlerin etki büyüklüğü ise küçüktür.

Tablo 2'deki tanımlayıcı istatistikler 2009-14 yılları arasında ortalama çeyreklik GSYİH 205,8 milyar dolar iken 2015-21 yılları arasında ortalama çeyreklik GSYİH 209 milyar ABD doları olmuştur. Diğer bir ifade ile GSYİH'da çeyreklik bazda bir artış olsa da bu artış istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu 2009-14 dönemine göre son dönemde GSYİH'da olumlu bir gelişmenin olmadığı sonucuna ulaşılmasını beraberinde getirmektedir. Bu belirlemelerden sonra nüfus artışına bağlı olarak bir de kişi başı GSYİH'nın gelişimini incelemekte fayda vardır. Şekil 2'de 2009 yılından bu yana TÜİK tarafından çeyrekliklere göre hesaplanmış olan kişi başı GSYİH'nın, Türk lirası ve ABD doları kapsamındaki gelişimi görülmektedir. 2020 yılında yaşanan COVID-19 salgını nedeniyle bir sapma olmasından dolayı, bu yıl çalışmada kapsam dışında bırakılmıştır. Grafik incelendiğinde Türk lirası olarak kişi başı GSYİH'nın çeyrekler bazında yıllara göre artış eğiliminde olduğu yine rahatlıkla görülmektedir. Bununla birlikte enflasyondan arındırılmış dolar bazındaki eğilim, Türk lirası gelişimi gibi değildir.



Şekil 2. 2009-2021 Yılları Arası Çeyrekliklere Göre Kişibaşı GSYİH

Tablo 3'teki Shapiro-Wilk testi incelendiğinde Türk lirası cinsinden verilerin normal dağılmadığı görüldüğünden, kişi başı GSYİH'nın Türk lirası cinsinden değerlendirilmesinde Wilcoxon rank testi sonuçları ele alınacaktır. 2009-14 ve 2015-2021 yılları arasında çeyrekliklere göre istatistiksel olarak Türk lirası cinsinden kişi başı GSYİH'da beklediği üzere istatistiksel olarak anlamlı bir değişiklik vardır ve etki büyüklüğü testin gücünü tam olarak ortaya koymaktadır. Shapiro-Wilk testi 2009-2014 ile 2015-21 yılları arasında çeyrekliklere göre, ABD doları bazındaki verilerin normal dağılımı sağlandığını göstermektedir. Bu aşamada veri setinin örneklem sınırlılığı (ölçüm sayısı) nedeniyle hem parametrik hem de non-parametrik test sonuçları birlikte verilmektedir. ABD doları cinsinden kıyaslamada ne öğrencinin t testi ne de Wilcoxon rank testi istatistiksel olarak anlamlı bir fark ortaya koyamamıştır. Bu testlerin etki büyüklüğü ise küçük orta düzey arasındır.

Tablo 4'teki tanımlayıcı istatistikler 2009-14 yılları arasında üç aylık ortalama GSYİH 5.020.- Türk lirası veya 2.751.- ABD doları iken, 2015-21 yılları

Tablo 2. GSYİH'nın 2009-14 ve 2015-21 Dönemleri Arası Çeyrekliklere Göre Türk Lirası ve ABD Doları Cinsinden Tanımlayıcı İstatistikleri

	S	Ortalama	SH	Medyan	SS
2009-14 Arası Toplam GSYİH (Bin ₺)	24	376615373,72	20423378,39	384832280,41	100053711,78
2009-14 Arası Toplam GSYİH (Bin \$)	24	205865079,85	6817381,33	209774554,78	33398211,27
2015-21 Arası Toplam GSYİH (Bin ₺)	24	976270866,50	91870942,40	869072722,58	450073862,16
2015-21 Arası Toplam GSYİH (Bin \$)	24	209044255,12	5200666,82	208883051,69	25477960,08

Tablo 3. Kişibaşı GSYİH'nın 2009-14 ve 2015-21 Dönemleri Arası Çeyrekliklere Göre Karşılaştırmalı İstatistikleri

		Shapiro-Wilk	İstatistik	SS	p	Etki Tipi	Etki Gücü
2009-14 Arası Kişibaşı GSYİH (Bin ₺)	2015-21 Arası Kişibaşı GSYİH (Bin ₺)	< ,001	(W) 0,00		< ,001	Rank biserial correlation	-1,00
2009-14 Arası Kişibaşı GSYİH (Bin \$)	2015-21 Arası Kişibaşı GSYİH (Bin \$)	0,197	(t) 1,59	23,00	0,938	Cohen's d	-0,33
			(W) 194,00		0,896	Rank biserial correlation	-0,29

Not. H_a μ Öncesi 1 - Sonrası 2 < 0

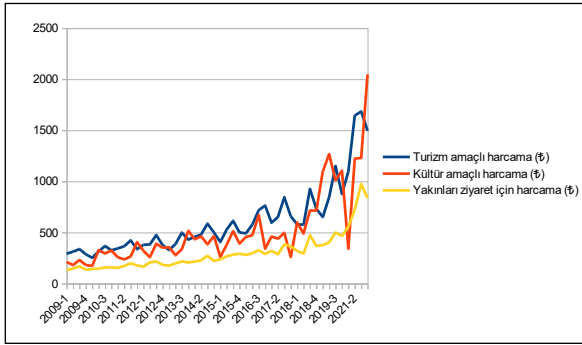
rında kişibaşı GSYİH 11.947.- Türkr lirası veya 2.584.- ABD doları, olmuştur. Diğer bir ifade ile kişibaşı GSYİH'da ABD doları bazında bir azalma olmuş hem öğrencinin t testi hem de Wilcoxon rank testi dönemler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir gelişimin olmadığını teyit etmiştir. Buradan hareketle 2009-14 dönemine göre son dönemde kişibaşı GSYİH'da olumlu bir gelişimin olmadığı sonucuna ulaşılmasını beraberinde getirmektedir. Toplam ve kişibaşı GSYİH'nın gelişiminden hareketle, hanehalkı fertlerinin rekreatif seyahatler için yapmış oldukları harcamaların gelişimini incelemekte fayda vardır.

Şekil 3'te hanehalkı fertlerinin çeyrekler göre rekreatif amaçlı yaptıkları seyahat harcamalarının Türk lirası cinsinden gelişimini göstermektedir. 2020 yılının ikinci çeyreğinde COVID-19'dan ötürü kültür faaliyetlerine kısıtlama getirildiğinden, TÜİK kültür amaçlı yapılan seyahatleri ve harcamaları dolayısıyla vermemiştir. Bundan

dolayı çeyreklikler bazındaki eğilimi gösteren bu grafiklerde (Şekil 3 ve Şekil 4) 2020 yılı verilerinde farklı bir yapı oluşmuştur. Bu sapmanın çalışmayı etkilememesi için 2020 yılı verileri çalışma dışında tutulmuştur. Fertlerin tatil, kültür ve yakınları ziyaret amaçlı seyahatlerinde yaptığı çeyreklikler bazlı harcamalar arasında, 2009 ile 2021 arasında benzer bir artış eğilimi görülmektedir. Öte yandan kültür seyahatleri harcamalarında 2019 yılında önemli bir artış ivmesi ve ardından tekrar azalarak, eski ivmesine dönme eğilimi görülmektedir. Grafik incelendiğinde genel olarak fertlerin cinsinden çeyrekliklere göre rekreatif seyahat harcamalarında artış eğilimi rahatlıkla görülmektedir. Bununla birlikte enflasyondan arındırılmış ABD doları bazındaki eğilim, Türk lirasının gelişimi gibi değildir. Çeyreklikler kapsamında kişibaşı GSYİH'nın 2009'dan 2014 yılına kadar ABD doları bazında yüksek olmasına da artış eğilimi gösterdiği, 2015'ten 2021 yılına kadar

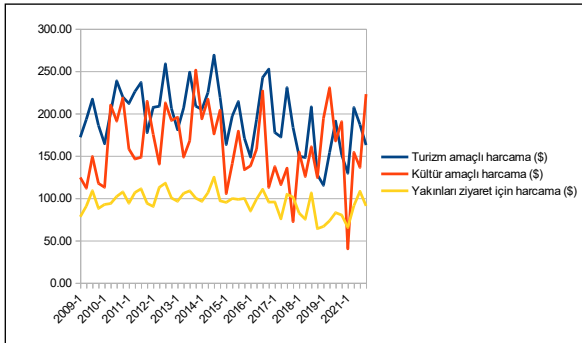
Tablo 4. Kişibaşı GSYİH'nın Çeyreklik Dönemlere Göre Türk lirası ve ABD Doları Cinsinden Tanımlayıcı İstatistikleri

	S	Ortalama	SH	Medyan	SS
2009-14 Kişibaşı GSYİH (₺)	24	5019,55	250,83	5112,89	1228,80
2009-14 Kişibaşı GSYİH (\$)	24	2751,17	82,13	2821,55	402,37
2015-21 Kişibaşı GSYİH (₺)	24	11947,35	1059,19	10745,92	5188,97
2015-21 Kişibaşı GSYİH (\$)	24	2584,29	67,86	2563,65	332,43



Şekil 3. Çeyrekliklere Göre Fertlerin Türk Lirası Cinsinden Rekreatif Seyahat Harcamaları

fazla olmasa da düşüş eğilimine girdiği Şekil 4'te izlenmektedir. Bununla birlikte kültür seyahatleri harcamalarında 2019 ve 2021 yılında farklı bir ivmelenme ve dalgalı bir eğilim görülmektedir. Grafik incelendiğinde genel olarak fertlerin dolar cinsinden yıllara göre rekreatif seyahat harcamalarında düşüş eğilimi izlenmektedir.



Şekil 4. Çeyrekliklere Göre Fertlerin ABD Doları Cinsinden Rekreatif Seyahat Harcamaları

Grafik üzerinden görsel olarak yıllara göre rekreatif harcamalara yönelik eğilimin nasıl geliştiği izlenmekle birlikte, dönemler arası eğilimler arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak da saptanmasında fayda bulunmaktadır. Tablo 5'te belirtilen yıllara göre fertlerin rekreatif seyahat başına harcamalarının karşılaştırılması, eşleştirilmiş örneklem t testi bazında sunulmaktadır. Shapiro-Wilk testi incelendiğinde Türk lirası cinsinden verilerin normal dağılmadığı görüldüğünden, rekreatif seyahat harcamalarının Türk lirası cinsinden değerlendirilmesinde Wilcoxon rank testi sonuçları ele alınacaktır. 2009-14 ve 2015-2021 yılları arasında çeyrekliklere göre istatistiksel olarak Türk lirası cinsinden tüm rekreatif seyahat harcamalarında, beklendiği üzere istatistiksel olarak anlamlı bir değişiklik vardır ve etki büyüklükleri testlerin gücünü tam olarak ortaya koymaktadır (Tablo 5). Shapiro-Wilk testi 2009-2014 ile 2015-21 yılları arasında çeyrekliklere göre, ABD doları bazındaki verilerin normal dağılımı sağlandığını göstermektedir (Tablo 6). Bu aşamada yine veri setinin örneklem sınırlılığı (ölçüm sayısı) nedeniyle hem parametrik hem de non-parametrik test sonuçları birlikte verilmektedir. ABD doları cinsinden kıyaslamada ne öğrencinin t testi ne de Wilcoxon rank testi istatistiksel olarak anlamlı bir fark ortaya koyamamıştır. Bu testlerin etki büyüklüğü ise yüksek güç düzeyini vermektedir.

2014-21 yılları arasında enflasyondan arındırılmış ABD doları bazında seyahat başına yapılan

Tablo 5. 2009-14 ile 2015-21 Yıllarına Göre Rekreatif Seyahat Harcamalarının Türk Lirası Cinsinden Karşılaştırılması

		Shapiro-Wilk	Wilcoxon W	p	Etki Tipi	Etki Gücü
2009-14 Turizm amaçlı harcama (₺)	2015-21 Turizm amaçlı harcama (₺)	<,001	0,00	<,001	Rank biserial correlation	-1,00
2009-14 Kültür amaçlı harcama (₺)	2015-21 Kültür amaçlı harcama (₺)	,009	8,00	<,001	Rank biserial correlation	-0,95
2009-14 Yakınları ziyareti için harcama (₺)	2015-21 Yakınları ziyareti için harcama (₺)	<,001	0,00	<,001	Rank biserial correlation	-1,00

Not. $H_a \mu$ Öncesi 1 - Sonrası 2 < 0

Tablo 6. 2009-14 ile 2015-21 Yıllarına Göre Rekreatif Seyahat Harcamalarının \$ Cinsinden Karşılaştırılması

		Shapiro-Wilk	İstatistik	SS	p	Etki Tipi	Etki Gücü
2009-14 Turizm amaçlı harcama (\$)	2015-21 Turizm amaçlı harcama (\$)	0,082	(t) 5,14	23.00	1.000	Cohen's d	1,05
			(W) 280,00		1.000	Rank biserial correlation	0,87
2009-14 Kültür amaçlı harcama (\$)	2015-21 Kültür amaçlı harcama (\$)	0,398	(t) 2,26	23.00	0,983	Cohen's d	0,46
			(W) 220.00		0,979	Rank biserial correlation	0,47
2009-14 Yakınları ziyaret harcama (\$)	2015-21 Yakınları ziyaret harcama (\$)	0,295	(t) 3,45	23.00	0,999	Cohen's d	0,70
			(W) 247.00		0,998	Rank biserial correlation	0,65

Not. H_a μ Öncesi 1 - Sonrası 2 < 0,

Tablo 7. Fertlerin Rekreatif Seyahat Harcamalarının Çeyreklik Dönemlere Göre Tanımlayıcı İstatistikleri

(Seyahat başına harcama)	S	Ortalama	SH	Medyan	SS
2009-14 Turizm amaçlı harcama (₺)	24	384,79	16,62	371,79	81,43
2009-14 Turizm amaçlı harcama (\$)	24	211,97	5,36	208,67	26,28
2009-14 Kültür amaçlı harcama (₺)	24	318,22	19,59	322,25	95,98
2009-14 Kültür amaçlı harcama (\$)	24	174,01	7,83	175,65	38,37
2009-14 Yakınları ziyaret harcama (₺)	24	183,08	7,15	176,26	35,04

tüm rekreatif seyahat harcama düzeyleri, 2009-2014 yılları arasında gerçekleştirilen harcama düzeylerine göre geride kalmış ve fertlerin rekreatif seyahat harcamalarında dolar bazında istatistiksel olarak anlamlı bir değişiklik olmamıştır. İlgili dönemlere ait tanımlayıcı istatistikler, dönemlere göre seyahat harcama türleri bazında, Tablo 7'de sunulmaktadır.

SONUÇ

Çalışmanın başında olası bir hipotetik sorgulamada, yıllara göre GSYİH'nun ilerlemesine bağlı olarak fertlerin enflasyondan arındırılmış rekreatif seyahat harcamalarında, pozitif yönde anlamlı bir gelişme ve farklılık göstermesi gerektiğini belirtmiştim. Diğer bir ifade ile 2009-14 yıllarına gö-

re, 2015-21 yıllarındaki seyahat başına rekreatif seyahat harcamalarının daha fazla olması gerekmektedir. Yapılan analizlerin sonuçları bu şekilde anlamlı bir farklılığın olmadığını, diğer bir ifade ile hipotezimizin bahsedilen kısıtlar dahilinde çürütüldüğünü göstermektedir. 2009 yılında toplam GSYİH 633.951.728.420.- dolar iken, 2021 yılında toplam GSYİH 750.608.227.310.- dolar olmuş ve GSYİH 0,16 oranında artış göstermiştir. Öte yandan kişi başı GSYİH'da durum daha farklıdır. 2009 yılında kişi başı GSYİH 9,044.- dolar iken, 2021 yılında kişi başı GSYİH 9,592.- dolar olmuştur. 2009 ile 2021 arasındaki kişi başı GSYİH artış oranı 0,05 olarak gerçekleşmiştir. 2009 ile kıyaslandığında 2021 yılında gelinen durum, GSYİH 0,16 büyürken, fertlerin gelirlerindeki büyüme sadece 0,05'te kalmıştır. Diğer bir ifade ile Pareto gerçeğinden yola çıkılırsa, dar gelirliye veya toplumun 0,80'lik büyük kesimine, toplam GSYİH'daki bu artışın ne şekilde yansıdığı şüphelidir ve kişi başı GSYİH'nın da adil bir paylaşımından bahsetmek pek de mümkün değildir.

2009-14 yılları arasında fertlerin turizm amaçlı yaptıkları seyahat harcamalarının üç aylık ortalaması 212.- ABD doları iken, bu harcama 2015-21 yıllarında 178.- ABD doları olmuş ve düşüş göstermiştir. 2009-14 yılları arasında fertlerin kültür amaçlı yaptıkları seyahat harcamalarının üç aylık ortalaması 174.- ABD doları iken, bu harcama 2015-21 yıllarında 148.- ABD doları olmuş ve düşüş göstermiştir. 2009-14 yılları arasında fertlerin yakınlarını ziyaret amaçlı yaptıkları seyahat harcamalarının üç aylık ortalaması 101.- ABD doları iken, bu harcama 2015-21 yıllarında 89.- ABD doları olmuş ve düşüş göstermiştir. Yapılan istatistiksel testlerin ve sunulan grafiklerin ortaya koyduğu üzere, hanehalkı fertlerinin rekreatif seyahat harcamalarında yıllara göre enflasyondan arındırılmış çeyreklik veriler kapsamında anlamlı olumlu gelişmeler olmamış, hatta yapılan seyahat harcamalarında, azalmalar olmuştur. Aslında rekreatif seyahat harcamalarında karşımıza çıkan bu sonuç, enflasyondan arındırılmış dolar bazındaki kişi başı GSYİH'daki değişim eğ-

risi ile doğrudan ilintilidir. Toplumunu oluşturan kitlelerin ve dolayısıyla bu kitlelerdeki fertlerin ekonomik büyümeden dengeli bir şekilde yararlanamaması, bireylerin rekreatif seyahat harcamalarına doğrudan etki etmektedir. Uluslararası ekonomik yapının 2022 yılı itibarıyla büyümeden ziyade durgunluğa doğru gittiği bir dönemde, umarız ülkemiz hanehalkı fertlerinin rekreatif seyahat harcamalarında tersi yönde olumlu gelişmeler olur.

KAYNAKÇA

- BBC News Türkçe (2021). Dünya Eşitsizlik Raporu'na göre Türkiye'de En Zengin Yüzde 10, Tüm Gelirin Yüzde 54'ünü alıyor, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-59564178>, Erişim tarihi: 02 Ekim 2022.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation, *Psychological Review*, 50 (4): 370-96.
- Oxfam (2017). Just 8 Men Own Same Wealth as Half The World, <https://www.oxfam.org/en/press-releases/just-8-men-own-same-wealth-half-world>, Erişim tarihi: 02 Ekim 2022.
- Pareto, V. (1906). *Manual of Political Economy*. Oxford: Oxford University Press.
- R Core Team (2021). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. (Version 4.1), <https://cran.r-project.org>. (R packages retrieved from MRAN snapshot 2022-01-01), Erişim tarihi: 23 Haziran 2022.
- The Jamovi Project (2022). Jamovi. (Version 2.3) [Computer Software], <https://www.jamovi.org>, Erişim tarihi: 02 Ekim 2022.
- The Balance (2022). US Inflation Rate by Year From 1929 to 2023 How Bad Is Inflation? Past, Present, Future, <https://www.thebalancemoney.com/u-s-inflation-rate-history-by-year-and-forecast-3306093>, Erişim tarihi: 02 Ekim 2022.
- TÜİK (2022a). İstatistik Veri Portalı: Ulusal Hesaplar, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=ulusal-hesaplar-113&dil=1>, Erişim tarihi: 02 Ekim 2022.
- TÜİK, (2022b). İstatistik Veri Portalı: Eğitim, Kültür, Spor ve Turizm, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1>, Erişim tarihi: 02 Ekim 2022.

Özkan TÜRÜNCÜ, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Necatî Hekkon Spor Bilimleri Fakültesi, Rekreasyon Bölümü, 35330, Seferihisar, İzmir.

E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2482-0893

Rekreasyon İncelemeleri



Özkan TÜTÜNCÜ

Çukurova Üniversitesi, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans, Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği programında yüksek lisans ve aynı program ile Michigan State Üniversitesi, Hospitality Business bölümünde bütünlük doktora çalışmasını tamamladı. Virginia Tech and State, University of Wisconsin, State University of New York ve Georgia State University'de doktora sonrası çalışmalar yaptı. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi, Rekreasyon bölümünde öğretim üyesi olup, lisansüstü programlarda araştırma yöntemleri ve çok değişkenli veri analizleri derslerini vermektedir. Ağırlama alanında iş ve yaşam kalitesi üzerine çalışmaları bulunmaktadır.

Gastrodiplomasi: Gastronomiye Diplomasi Penceresinden Bakış

Fikret SONER

Istanbul Bilgi Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Fakültesi

Gastronomi sözcüğü hayatımıza girdiğinden bu yana farklı disiplinlerde gıda bağlantılı yapıların gastro ön eki ile türetilen kavramlarla ifade edildiğini görmekteyiz. Gastrodiplomasi kavramı da bunlardan biri olarak 2000'li yılların başında ortaya çıkar ve kamu diplomasisi alanında gerçekleşen değişimlerin yön verdiği bir yapılanmayı yansıtır. Bazı ülkeler gıdayı ulusal kültürlerini tanıtmak, ulus markalarına ve imajlarına katkıda bulunmak, turistler için çekiciliği arttırmak, başka uluslarla ilişki tesis etmek gibi amaçlarla kamu diplomasisi çalışmalarında araç olarak kullanmaya başlarlar ve ortaya çıkan değer zincirinden yararlanmak isterler. Devlet kurumlarından en temel düzeyde bireylere kadar geniş bir uygulayıcı kitlesi olan gastrodiplomasinin boyutlarını görmek için öncelikle gıda ve insan ilişkisinin karmaşık doğasından kaynaklanan gastronomi bileşenlerini ortaya koymak, çerçevesini hatırlamak yerinde olacaktır.

Anlamı konusunda birçok farklı görüş dile getirilmekle birlikte bütüncül bir bakış açısı sunan Brillat-Savarin' in gastronomi tanımı, gıdanın topraktan başlayan ve tüketimi içine alan serüveninde birçok bileşenin varlığına dikkati çeker (Brillat-Savarin 1970: 52). 18. yüzyılda yayınlanan "Tadın Fizyolojisi" adlı eserinde gastronomiyi "insan beslenmesi ile ilgili her şey hakkında açıklamalı bilgi" olarak tanımlar. Besinleri sınıflandırarak doğa tarihine, besin oluşumu ve uygulamada gerçekleşen ayrıştırma ve çözümlemelerle fizik ve kimyaya, lezzetli yemek hazırlama sanatı ile mutfığa, alım ve satım nedeniyle ticarete, uluslararası kurduğu alışveriş bağlantıları ile siyasi ekonomiye bağlar. Gıdayı günlük yaşa-

mamızın içinde yetiştirir, işler, satın alır, tadına varır ya da sadece tüketiriz. Bunu yaparken kültürel birikimimiz, zevkimiz, yaşam tarzımız, sosyal statümüzden etkilenen kararlar alırız. Bu nedenle gastronomi, gıdanın topraktan tüketimine ve sonrasına yön veren soyut ve somut süreçleri kapsar. Dolayısıyla en başta tarımı olmak üzere ekonomiyi, ticareti, endüstriyi ilgilendirirken aynı zamanda tarih, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, gıda bilimi, kimya, coğrafya, sanat gibi farklı disiplinlerden beslenir. Gıdanın insan hayatında bulunduğu fizyolojik, psikolojik, biyolojik, sosyal, kültürel ve sembolik anlamları düşündüğümüzde gastrodiplomasi kavramı, gastronominin disiplinler arası doğasına uygun olarak çok yönlü değer yaratma potansiyeli ile karşımıza çıkar. Ancak içeriği ve tanımı ile ilgili bir fikir birliği olduğunu söylemek zordur.

Türkiye'de popüler kültürde gastronomi kavramı ne anlama geldiği pek de sorgulanmadan sıkça kullanılmakta, akademik yazında da anlamı üzerinde mutabakat bulunmamaktadır (Samanlı 2020: 93). Gastrodiplomasi için durum benzer ama biraz daha karmaşıktır. Doğrudan gastronomi turizmi olarak anlaşılacak, Türk mutfağının ve yöresel ürünlerin tanıtımı projeleri bu kapsamda değerlendirilmektedir. Hal böyle olunca tüm dikkatler tabağa çevrilmekte, topraktan tabağa gelene kadar yaşananlar ve buradaki değer zinciri yeteri kadar anlaşılmamaktadır. Aynı şekilde kamu diplomasisi, yumuşak güç (Nye 2004), ulus markası (Dinnie 2008), (Anholt 2003) gibi açılımları gölgede kalmaktadır. Oysa gastrodiplomasi ilişkisi çerçevesine ve uygulama alanına

farklı disiplinleri, devletten bireylere kadar pek çok aktörü dahil etmektedir.

Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi alanında iletişim teknolojilerindeki gelişimin etkisiyle yaşanan genişleme gıdayı da bu alanda çeşitli boyutları ile değerlendirme imkânı yarattı. Yemek kültürü zaman içerisinde göç, ticaret yolları ve küreselleşme yoluyla kendiliğinden ya da ülkenin kültürel değerlerini ifade etmek, kültürel mirası yemek yoluyla paylaşmak için devlet ve devlet dışı aktörler tarafından için kasıtlı olarak yabancılara sunuldu. Tayland, Güney Kore, Peru, Malezya gibi ülkeler yiyeceklerin cazibesini kullanarak ticareti, ekonomik yatırımı ve turizmi desteklemenin yanı sıra yumuşak güçlerini arttırmayı amaçladılar. Yenilebilir ulus markalaşması kamu diplomasisinde önemli ölçüde dikkati çekti. Gastronomi odaklı tanıtım projeleri yeni bir diplomasi açılımı olarak değerlendirildi. Süper güç olarak tanımlanan Amerika Birleşik Devletleri de dahil (Clinton 2012) birçok ülke kamu diplomasisi alanında gastronominin bu geniş potansiyelinden yararlanmak amacı ile hareket etti.

Gıdayı ekonomi, ticaret, iletişim, tanıtım boyutları ile kazanımlar elde edecek şekilde kamu diplomasisinde kullanmak demek olan gastrodiplomasi'nin kısa tarihçesine baktığımızda ilk kez 2002 yılında Economist dergisinde yazarı belirsiz bir makalede Tayland'ın "Global Thai" kampanyası için kullanıldığını görüyoruz (Food as Ambassador Thailand's Gastro-diplomacy 2002). Tayland, Güney Kore, Malezya, Peru gibi ülkelerin gerçekleştirdiği gastronomik unsurları merkeze alan birbirinden farklı projeler ve bunlarla ilgili vaka çalışmaları gastrodiplomasi kavramına olan akademik ilgiyi artırır. 2014 yılında Güney Kaliforniya Üniversitesi (USC) Public Diplomacy Center tarafından yayınlanan Public Diplomacy Magazine, kavramı birden fazla bağlamda tartışmak, teorik ve pratik bir çerçeve oluşturmak amacını belirterek "*Gastrodiplomacy*" ekini yayınladı (Public Diplomacy Magazine 2014). Gastrodiplomasiyi teorik bağlamda inceleyen az sayıda yazar mutfak diplomasisi (culinary diplomacy), gıda diplomasisi (food diplomacy) gibi farklı kavramlar kullanılarak bu yeni diplomasi yolunu tanımlanmaya ve çerçevesini çizmeye ça-

lıştılar. Chapple-Sokol 2012 yılında yayınlanan makalesinde gastrodiplomasiyi "culinary diplomacy" mutfak diplomasi olarak adlandırmakta, teorik bağlamda kavramı kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi, sözsüz iletişim, ulus markalama, çatışma çözümünde "temas hipotezi (contact hypothesis)" ile ilişkilendirmekte, özel ve kamu alanı olarak ayırmaktadır. Kamusal ve özel alanda gerçekleşen kültürler arası etkileşim ve iş birliğini gerçekleştirmede enstrüman olarak yemeği ve yemek kültürünü kullanmak olarak tanımlamaktadır. Özel mutfak diplomasisinin resmi diplomatik davetlerde, kamusal mutfak diplomasisinin ticari ve tanıtım boyutu olan devlet destekli projelerde gerçekleştiğini iddia eder ve kamu diplomasisi başlığı altında ancak bunların değerlendirileceğini ifade eder (Sokol 2012:162).

Gastrodiplomasi teorileri başlığı altında bazı tanımsal ayrımlar yapan Rockower'da mutfak diplomasisi (culinary diplomacy) ve "gastrodiplomasi" alanlarını ayrıştırarak tanımlama yoluna gitmiştir. Mutfak diplomasisi diplomatlar tarafından gerçekleştirilen resmi davetler yoluyla yemeğin bir araç olarak kullanılmasını ifade ederken gastrodiplomasiyi yemek kültürünü yabancılara daha yaygın şekilde iletmek için gerçekleştirilen bir kamu diplomasisi girişimi olarak tanımlar. (Rockower 2014: 12-14). Her iki yazar da kavramı "ne olmadığını" anlatarak açıklamaya çalışır ve gıda yardımları ile ulusal gıdaların tanıtım faaliyetlerini gastrodiplomasi kapsamı dışında bırakır. Rockower'ın tanımını biraz genişleten ve Güney Kore hükümetinin gastrodiplomasi projesi hakkında yazan Mary Jo Pham'e göre "*gastrodiplomasi devletin, ulusal mutfak kültürü mirasını kamu diplomasisinin bir parçası olarak ihraç etmesi, bunu yaparken gündelik yemek alışkanlıkları ile ilişkilendirerek ekonomik yatırım ve ticareti teşvik etmesidir.*" (Pham 2013: 5).

2020 yılında yayınlanan Handbook of Public Diplomacy dergisinde "The Guide to Gastrodiplomacy" adlı makaleyi yayınlayan Rockower genel olarak daha önceki benzer görüşlerini yinelenmekte, uygulamadan örnekler vermektedir. *Track III Gastrodiplomacy* başlığını verdiği bölümde bireyler arasında diplomasiyi ifade eden üçüncü aşama diplomasi çalışmalarında gıda-

yı kullanarak algıları ve anlayışı şekillendirmek amacı güden etkinliklerden söz etmektedir. Göçmen ve sığınmacıların sorunlarını çözmekten farkındalık yaratmaya ve çatışma çözümlerine dönük bazı etkinliklerin mevcut politik ortamda gastrodiplomasinin yeni iletişim rolleri olarak görüldüğünü aktarmaktadır. (Rockower 2020: 207).

Gastrodiplomasinin bahsi geçen tanımlarına dayanarak ve bölümlere ayrılarak zayıflatılmasına eleştirel yaklaşarak gastronominin disiplinler arası teorik yapısına uygun bütüncül bir yaklaşım 2020'de yayınlanan *Gastrodiplomasi* çalışmamda yer almaktadır. Tanım, gastrodiplomasinin bileşenleri olarak düşünülen tarımsal faaliyetler, ticaret, medya, gıda yardımları, gıda sektörü, turizm, sanat, eğlence sektörü, iç politika, dış politika, mutfak kültürü çerçevesinde biçimlenen, gıda bağlantılı unsurların bütüncül bir anlayışla her platformda iletişim kurması ilkesine dayanır. Buna göre *gastrodiplomasi, ulus markası, tanıtım ve ticaret boyutuna ek olarak, toplumun sahip olduğu gıda ile bağlantılı kültürel donanımı ülkenin dış politikası ile uyumlu, uluslararası halkla ilişkiler araçlarını kullanarak ulusun imaj ve itibarının yönetiminde kullanmaktır* (Soner 2020: 78). Tanımın ilişkisel çerçevesi diğer yazarların da ortak olarak andığı kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, ulus markası, yumuşak güç kavramlarından oluşmaktadır.

Gastronominin diplomasi potansiyeli ülkeler arasındaki gıda temalı kültürel, ekonomik, insani iş birlikleri, karşılıklı ticaret ve turizm faaliyetlerini içermektedir. Uygulamada genellikle pazarlama, tanıtım, halkla ilişkiler, imaj ve itibar yönetimi ve ulus markası stratejileri içine dahil edildiği gözlemleniyor (Zhang 2015: 7). Mevcut gastrodiplomasi projelerinin ortak noktası Zhang'a göre yemek kültürünü ulusal kültürün esaslı bir birleşimi olarak tanımlayan kültürel miras vurgusu ve ulusal gıda ürünlerinin ihracatını sağlamaktır (Zhang 2015: 7-10). Gıda ihracatı söz konusu olduğunda en temel konu, uluslararası kodekslere uygun, güvenilir ve temiz gıdanın sunulmasıdır. Standart sorunlarını çözmüş, ulusal ve uluslararası kodekslere uygun üretilmiş, paketlenmiş yerel ürünler hem turizme hem de ihracata hem

de ülkenin itibarına pozitif iletişim aracı olarak hizmet etmektedir.

Gastrodiplomasinin ekonomik değer yaratma ve ticari potansiyelini yumuşak güçle de bağlantılı düşünmek gerekir. 21. yüzyıl kamu diplomasisi, çift yönlü iletişime dayalı (Cull 2009: 19), devlet tekelinde olmayan mesajların iletildiği, devletle birlikte sivil aktörlerin de dahil olduğu bir alan olarak görülmekteyse de genellikle devletlerin dış politika önceliklerini gerçekleştirme isteği güç dengesini devlet lehine bozmaktadır. Bu sebeple gıda bağlantılı unsurları topraktan tüketime olan geniş bir bağlamda kamu diplomasisi aracı olarak gören gastrodiplomasinin uygulama ve yaklaşımlarında başat rol devlettir. Türkiye'de de bu durum farklı değildir, devlet diğer aktörlerin yaşam alanını yasal düzenlemeler yaparak, pazarlama ve tanıtım projeleri üreterek, destekler sağlayarak etkilemektedir (Soner 2020: 188). Bir analogi ile açıklamaya çalışırsak, gastronomi bilimini verimli bir toprak, gastrodiplomasiyi onun üzerine ekilen tohumlar, fideler, ağaçlar olarak düşünelim. Devletin bahçıvanı olduğu, koruyup kolladığı, düzenini, sürdürülebilirliğini sağladığı bu bahçenin içinde yetişen, büyüüp serpilme meyve veren ağaçlar (gastrodiplomasi projeleri) ve onun meyvelerini toplayan, işleyen, satan, ihraç edenler (gastrodiplomasi aktörleri) gastrodiplomasinin yaratabileceği değer zincirini bize gösterir. Gastrodiplomasi aynı zamanda hem devlet kurumlarının ve sivil aktörlerin hem de bireylerin faaliyet alanında birbirine bağlantılı ortamda gerçekleşmektedir. Bütünleşik bir anlayışla inşa edilecek uzun soluklu gastrodiplomasi projelerinin değer yaratarak başarılı olması tüm aktör ve bileşenlerin bu bağlantıyı ve ortamı yani gastrodiplomasiyi anlamasına bağlıdır. Devletin belirleyici, birleştirici, destekleyici rolü ile tarım, turizm ve gıda sektörü başta olmak üzere kültürel varlıklar, gıda politikasına yönelik devlet politikası ve uygulamaları, projeleri, pazarlama faaliyetleri, yasal düzenlemeler, uluslararası regülasyonlarla uyumluluk, maddi destek, öncülük, liderlik gibi devlet faaliyetleri kastedilmektedir. Bir kamu diplomasisi aktörü olarak devletin gıdayı kullanarak yaptığı resmi ziyafetler de dahil iletişim ve tanıtım faaliyetleri, imaj ve itibarı ile

ilişkilendirilebilecek insani yardımlar gastrodiplomasi kapsamında içerisinde düşünülmelidir.

Sınırları net olarak çizilmemiş olduğundan gastrodiplomasi'nin turizm bağlantısı diğer bağlantılarının önüne geçmiş görünmektedir. Ekonomi ve ülke markalama konuları da yine turizm bağlantılı olarak düşünülmektedir. Bu durum gastrodiplomasi'nin gerçek potansiyelini değerlendirememek anlamına gelebilir. Örneğin gastronomi turizmi uygulamalarında "gıda, turizm, destinasyon" bağlantısının ekonomik, sosyal ve politik açımlarından gastrodiplomasi bağlamında uluslararası halkla ilişkiler aracı ve yumuşak güç olarak yararlanma potansiyeli olduğunun farkına varılması önemlidir.

Kamu diplomasisi aktörleri gıdayı kullanarak ekonomi, ticaret, iletişim, tanıtım, diyalog, iş birliği boyutlarında kazanımlar hedeflerler. Bu kazanımları yaratan iletişim ve iş birlikleri arasında, ülkeler arasındaki kültürel, ekonomik, insani iş birlikleri, kardeş şehirler, karşılıklı ziyaretler, ürün ve insan değişimleri, gastronomi turizmi, sosyal sorumluluk projeleri, gıda ihracatı, ticaret bağlantıları, yerel üreticinin korunarak değer zinciri yaratılması, tarım ve gıda sektörünün geliştirilmesi gibi alanlar sayılabilir.

Gastronomi büyük oranda gıda tüketiminin zevk veren keyifli içeriği ile ilişkilendirilse de esasında en temelde gıdaya sahip olmayı, üretmeyi ve sürdürülebilirliğini sağlamayı içerir. Günümüzde küresel örgütler, birçok devletten daha güçlü şirketler, genetik çalışmalar, uluslararası gıda standartları gibi yapılar gıdanın uluslararası dolaşımını, üretimini, ticaretini ve dağıtımını yönetiyor. Tüketimin gerçekleştiği kısımda gurmeler, sofistike yemekler, sıra dışı deneyimler sunan mekanlar, bunların tümünü sunan eğlence sektörü, sosyal medya, beslenme uzmanları, organik, doğal, sağlıklı gıda vurgusu öne çıkıyor. İklim krizi ve bir dizi çevre sorunu ile yoğrulan çağımızda gıdayı farklı bir gündem ile ele almak ve tüketim odaklı çerçevenin dışına çıkarak bakmak gerekiyor. Gıda bir temel ihtiyaç maddesi, bir zevk unsuru olduğu kadar aynı zamanda bir milli güvenlik meselesidir. Son dönemde Rusya -Ukrayna savaşı nedeniyle tüm dünyayı etkileyen gıda krizi ve "tahıl koridoru" (BBC News Türkçe

2022) gibi çözüm çabaları gerektirmesi konunun önemini çarpıcı bir biçimde hatırlattı. Gıdanın ekonomik değeri yüksek zevk ve tüketim maddesi olması gerçeği diğer meseleleri önemsiz hale getirmemelidir.

Her halükârda akılcı politikalar ve regülasyonların üretilmesi, bağımlı olmadan üreten ve üst sıralarda kalmayı hedefleyen tarımsal projelerin gerçekleştirilmesi gastrodiplomasi'nin kalbinde yer alan gıdayı daha geniş potansiyeli ile değerlendirme imkânı verecek, gıda bağlantılı kültürel unsurların soyut ve somut yönleri ile ihracatını sürekli ve mümkün kılacaktır.

KAYNAKÇA

- Anholt, S. (2003). Branding Places and Nations. İçinde R. Clifton, & J. Simmons (Editörler), *The Economist, Brands and Branding* (ss. 213-226). Londra: Profile Books Ltd.
- BBC News Türkçe. (2022, Temmuz 27). BBC News Türkçe web Sitesi: www.bbc.com/turkce/articles, Erişim tarihi: 26 Ağustos 2022.
- Brillat-Savarin, J.-A. (1970). *The Physiology Of Taste*. Londra: Penguin Books.
- Clinton, H. R. (2012). US Department of State. <https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2012/09/197537.htm>, Erişim tarihi: 10 Şubat 2016.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons From The Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Food as Ambassador Thailand's Gastro-diplomacy. (2002). *The Economist*, <https://www.economist.com/node/999687>, Erişim tarihi: 10 Şubat 2016.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. New York: Public Affairs.
- Pham, M. J. (2013). Food as Communication: A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy, *Journal of International Service*, 22 (1): 1-22.
- Public Diplomacy Magazine. (2014). Public Diplomacy Magazine Web Sitesi: <https://www.publicdiplomacymagazine.com/>, Erişim Tarihi: 01 Şubat 2015.
- Rockower, P. (2014). The State of Gastrodiplomacy, *The Public Diplomacy Magazine*, 11: 13-16.
- Rockower, P. (2020). The Guide of Gastrodiplomacy. İçinde N. Snow, & N. J. Cull (Editörler), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (ss. 205-212). New York: Routledge.
- Samancı, Ö. (2020). Gastronomi: Disiplinler Arası Bir Buluşma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31 (1): 92-95.
- Sokol, S. C. (2013). Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds, *The Hague Journal of Diplomacy*, 8: 163-183.

Soner, F. (2020). *Gastrodiplomasi*. Ankara: Siyasal Yayınevi.

Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds : Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns, *International Journal of Communication*, 9: 568-591.

Fikret Soner, Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Santral Kampüsü Eski Silahtarağa Elektrik Santrali Kazım Karabekir Caddesi No.2/13 Eyüpsultan /İstanbul.

E-posta: fikret.soner@bilgi.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9434-4765



Fikret SONER

1993 yılında Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesinden mezun oldu. İstanbul Barosuna kayıtlı olarak Avukatlık yaptı. 2001 yılında aktif avukatlığı bıraktıktan sonra, yeniden üniversiteye dönerek 2010 yılında Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden mezun oldu. Yüksek lisans derecesini Yeditepe Üniversitesinde İşletme dalından (2013), doktora derecesini Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım anabilim dalından aldı (2020). 2010-2013 yılları arasında Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak sanatları bölümünde araştırma görevlisi olarak, 2014-2020 yılları arasında İstanbul Okan Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde Öğretim Görevlisi olarak çalıştı, aynı kurumda 2021de Dr. Öğretim Üyesi unvanını aldı. Ardından İstanbul Bilgi Üniversitesinde göreve başladı. (2021) Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürlüğü ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölüm başkanlığı yaptı. Halen aynı kurumda Dr, Öğretim Üyesi olarak Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanlığı görevini yürütmektedir. Temel çalışma alanları, gastronomi turizmi, gastrodiplomasi, Türk mutfak kültürü ve yöresel mutfaklardır.

Turizm Tarihinin Kaynakları - 4

Murat HANİLÇE

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Fen Edebiyat Fakültesi

Anatolia'nın bu sayısında arşivler ve seyahatnamelerle ilgili yazılarımızın dördüncüsündeyiz. Köşemizin dördüncü yazısında Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü Arşivine, 15. yüzyıl seyyahları ve onların kaleme aldığı seyahatnamelere kapı aralayacağız.

I. KISIM: TURİZM TARİHİ ARAŞTIRMALARI İÇİN ARŞİVLER-4

Turizm Tarihi İçin Önemli Bir Arşiv Defter-i Hakanî'den Günümüze Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM) Arşivi

Osmanlı Devleti, resmî belgelerin muhafazasına büyük önem atfetmiştir. Osmanlı Devleti'nden günümüze gelen belgelerin korunduğu arşivlerden birisi de Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü Arşividir¹. Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nün temeli, Defterhane-i Hakanî teşkilatına dayanmaktadır. Genel Müdürlüğün arşi-

vinde 26 ülkeye ait özel mülkiyete konu olan tapu kayıtları ile 15. yüzyıldan itibaren askerî, idari, mali ve sosyal amaçlarla yapılan sayımların kayıtlarını içeren Tapu Tahrir Defterleri bulunmaktadır. Genellikle okuması oldukça zor olan siyakat yazı türünün kullanıldığı bu defterlerin en yaygın türleri; Mufassal, İcmal ve Evkaf Defterleridir. Bu defterler; mera, yayla, kışlak ve sınır anlaşmazlıklarıyla köylerin kadimlik ve muhdeslik meselelerinin belirlenip çözülmesinde bugün bile dayanak oluşturmaktadır.

Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü ve Tapu Arşiv Dairesi Başkanlığının Tarihçesi: Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü ve Tapu Arşivinin başlangıcı, Osmanlı Devleti'ndeki "Defterhane"ye kadar dayanmaktadır. Osmanlı Devleti'nin klasik döneminde kurulan ilk arşiv olan Defterhane, merkez ve padişahın özel hazinesi yanında devletin üçüncü hazinesi sayılmaktaydı. Divan-ı Hümayun toplantılarının gerçekleştirildiği zamanlarda devletin mali iki hazinesi gibi üçüncü hazine sayılan Defterhane de sadrazamın mührüyle açılır ve kapatılırdı. Defterhane 18. yüzyılın ilk yarısında Sultanahmet Meydanı'nda bulunan şimdi Tapu Kadastro İstanbul Bölge Müdürlüğü'nün bulunduğu binaya taşınmıştır.

Tanzimat Fermanı (1839) ilan edildiğinde, içerdiği bazı maddelerle günümüzdeki anlamda mülkiyet hakkını gündeme getirmiştir. Mülkiyet konusundaki bu yeni yaklaşıma binaen Defterhane-i Hakanî bünyesinde "Defterhane-i Amire Kalemi" teşkil edilmiştir. Osmanlı Devleti'nde mülkiyet hakkının tam olarak yasal bir hakka dönüşüp taşınmaz mallarının devlet tarafından kayda geçirilmesi, 21 Mayıs 1847 ta-

¹ Tapu Kadastro Arşivi ile ilgili kısım için ellerindeki bilgi ve dökümanları benimle paylaşan, arşivle ilgili sorularına cevap veren Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü Arşiv Daire Başkanlığı Şube Müdürü Adnan Torun ve Arşiv Daire Başkanlığı Uzmanı Hakkı Şahin'e; 15. yüzyıl seyahatnameleri ve seyyahlarıyla ilgili kısım için çevirileriyle bana destek olan Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü öğretim elemanı Öğr. Gör. Dr. Yücel Bulut, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Tarih Bölümü araştırma görevlisi Havva Sebetci ve Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Seda Boy'a; son olarak yazının tamamını baştan sona okuyarak yazının en az hata ile yayımlanmasında yardımını esirgemeyen Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü öğretim üyesi Dr. İsmail Turan ve aynı üniversitede Danışmendiler Uygulama ve Araştırma Merkezi çalışanlarından araştırma görevlisi Tuğçe Nur Kesin'e teşekkür ederim.

Tablo 1. Arşiv Dairesi Başkanlığı Arşivinde Kayıtları Bulunan Ülkeler

AVRUPA	ASYA	AFRİKA
Arnavutluk	Bahreyn	Libya
Bosna-Hersek	Filistin	
Bulgaristan	Gürcistan	
Hırvatistan	Irak	
Kıbrıs Rum Kesimi	İsrail	
K. Kıbrıs Türk C.	Lübnan	
Kosova	Suriye	
Macaristan	SuudiArabistan	
Makedonya	Ürdün	
Moldova		
Polonya		
Romanya		
Karadağ		
Sırbistan		
Slovenya		
Yunanistan		

rihinde çıkarılan “Tapu Hakkında İcra Olunacak Nizamname” ile başlamıştır. Bu nizamnameyle; taşınmaz mallara ait kayıtların mahallinde iki nüsha olarak tutulması, bir nüshasının devlet merkezinde Defterhane-i Amire Kalemî tarafından korunması yöntemi kabul görmüştür.

1858’de 132 madde olan “Arazi Kanunnamesi” yayımlanmıştır. Kanunnameyle mülkiyet hakkı daha sağlam bir zemine oturtulmuştur. Osmanlı Devleti’nde tapuyla kıyaslandığında kadastro çalışmaları çok sonra gündeme gelmiştir. 1911’de Defterhane-i Hakanî Nazırı olarak göreve getirilen Mahmud Esad Efendi’nin çabaları sonrasında 5 Şubat 1912’de yayımlanan 1384 sayılı “Emval-i Gayrimenkullerin Tahdit ve Tespiti Hakkındaki” geçici kanunla kadastro faaliyetleri başlamıştır.

Kadastro faaliyetleri ilk olarak Konya’nın günümüzde Çumra ilçesi sınırlarında kalan arazilerinde denenmiştir. Ancak sırasıyla Balkan Harbi ve Birinci Dünya Savaşı’nın başlaması kadastro çalışmalarını sekteye uğratmıştır. Kadastro konusunda bunlar yaşanırken 1913’te Defterhane-i Amire Nezareti, “Defter-i Hakanî Emaneti” adı altında Maliye Nezareti’ne bağlanmıştır.

Tapu idaresi, 1922’de “Umur-ı Tasarrufiye Müdüriyet-i Umumiyesi” adıyla yeni baştan örgütlenmiştir. Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonra 1924’te “Tapu Umum Müdürlüğü” adı altında hizmet vermeye devam etmiştir. Bu müdürlüğün bünyesine 1925’te 658 sayılı kanunla “kadastro” şubesi eklenmiştir. Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü’nün bugünkü yapısı ve fa-

aliyet alanları 29 Mayıs 1936 tarih ve 2997 sayılı kanunla belirlenmiştir. Aynı tarihte müdürlük, bir kez daha Maliye Bakanlığı emrine verilmiştir. 7 Temmuz 1939 tarihinde Adalet Bakanlığına ve nihayet taşıdığı önem ve bağımsızlığı göz önünde bulundurularak 10 Ağustos 1951'de Başbakanlığa bağlanmıştır. Uzun bir süre Başbakanlığa bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren müdürlük 22 Kasım 2002 tarihinde Bayındırlık ve İskân Bakanlığının uhdesine geçmiştir. Genel müdürlük 8 Temmuz 2011'de Çevre ve Şehircilik Bakanlığı altında hizmet vermeye başlamıştır. Kurum; 4 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile 2018 senesinden itibaren Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığına bağlı bir kamu kurumu sayılmıştır. Hâlen "Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü" adıyla bu bakanlığa bağlı olarak görevini yürütmektedir.

Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğünün Tarihçesi (Önemli Tarihler)

- ◆ Defterhane-i Amire Kalemi (1847)
- ◆ Defterhane-i Hakanî Nezareti (1871)
- ◆ Defter-i Hakanî Emaneti (1913)
- ◆ Umur-ı Tasarrufiye Müdüriyet-i Umumiyesi (1922)
- ◆ Tapu Müdüriyet-i Umumiyesi (1924)
- ◆ Kadastro Biriminin Kuruma Eklenmesi (1925)
- ◆ Tapu ve Kadastro Müdüriyet-i Umumiyesi (1927)
- ◆ Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (1971)

Osmanlı Devleti'nde Tapu ve Kadastro için ayrı bir arşiv birimi kurulmamış; arşiv ile bürokratik yapı uzun süre aynı çatı altında bulunmuştur. Cumhuriyetin ilanından sonra meydana gelen yapısal değişikliklere bağlı olarak ortaya çıkan ihtiyacın bir neticesi olarak 29 Mayıs 1936 tarihli ve 2997 sayılı "Tapu ve Kadastro Umum Müdürlüğü Teşkilat ve Vazifeleri Hakkındaki Kanun" da yer alan maddeye dayalı olarak "Tapu Sicilleri Müdürlüğü" adında müstakil bir arşiv birimi ilk kez kurulmuştur. Birim 29 Aralık 1953 tarihli ve 6204 sayılı kanunla "Tapu Arşiv Müdürlüğü"; 19 Kasım 1971 tarihli ve 7/3434 sayılı kararnameyle "Tapu Arşiv Dairesi Başkanlığı" adını almıştır.

Birim, 3045 sayılı Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü Kuruluşu ve Görevleri Hakkında Kanun içerisinde de "Tapu Arşiv Dairesi Başkanlığı" olarak yapılandırılmıştır. Aynı kanun içerisinde Arşiv Daire Başkanlığının görevleri şöyle belirtilmiştir:

- ▶ Yurt içinde ve dışında tesis edilmiş tapu belgeleri ile ilgili arşiv hizmetlerinin yürütülmesi
- ▶ Tarihsel kıymeti bulunan Arap harfleriyle yazılı tapu kayıt ve belgelerinin yerli ve yabancı uzmanların çalışmaları için hazırlanması, kendilerine yardımcı olunması
- ▶ Modern arşivleme usullerinin takip edilmesi
- ▶ Mahkemelerin ya da diğer kamu kurum ve kuruluşlarının ya da ilgililerin istediği tapu kopyalarının çıkarılması ve verilmesi
- ▶ Eski yazılı tapu kayıtlarının yeni harflere çevrilmesi

Tapu ve Kadastro Arşiv Daire Başkanlığında Bulunan Önemli Belge Türleri: Tapu Kadastro Arşivinde çeşitli kayıtların tutulduğu defterler önemli bir yer tutmaktadır. Bu arşiv için sıkça kullanılan tabirlerden birisi de Kuyud-ı Kadime'dir. Kuyud-ı Kadime, Osmanlılardan günümüze ulaşan en eski defter ve belgelerin muhafaza edildiği arşivin adıydı. Kuyud-ı Kadime'de korunan arşiv malzemesinin önemli bir bölümünü mufassal (ayrıntılı), icmal (özet) ve evkaf (vakıflar) adıyla üç sınıfta tasniflenen tahrir defterleriyle bu defterlerle ilgili ruznamçe, derdest cebe ve evkaf adı ile üç ana sınıfa ayrılan diğer tahrir defteri oluşturmaktadır.

Tapu kayıtlarının tutulduğu defterlere genel olarak *Zabıt-Kayıt Defteri* adı verilmektedir. Bu defterler 1847-1929 yılları arasına aittir. Defterler Osmanlı Türkçesi ile yazılmış olup tesis kadastro yapılanaya kadar da tutulmaya devam etmiştir. Zabıt-Kayıt Defterlerindeki tapu kayıtlarına ulaşım; il/ilçe bazında tapu tesis tarihi (ay ve yıl olarak) ve sıra numarası esasına göre düzenlenmiş fihristler yardımıyla sağlanabilmektedir. Bu defterlerin en yaygın türleri arasında Arazi-i Atik, Vakf-ı Atik, Vakf-ı Cedit, Mikyaslı Cedit, Arazi-i Cedit, Emlak Daimi, Emlak Yoklama, Hasılat defterleri yer almaktadır. İki nüsha olarak

düzenlenmiş olan Zabıt-Kayıt Defterlerinin bir nüshası yerel Tapu Müdürlüğünde bir nüshası da Merkezde muhafaza edilmekteyken (yakın bir zamanda) bir proje dâhilinde Osmanlı Türkçesi ile yazılı Zabıt-Kayıt Defterleri dayanak belgeleri ile Merkez Arşivinde toplanmıştır.

Tapu kayıtları iki türdür. Şahısların tapu idarelerine giderek talepleri üzerine yapılan işlemlerle “daimi”, arazilerin yetkili memurlar vasıtası ile yerinde görülerek kayıt altına alınması sonucu da “yoklama” tapu kayıtları oluşturulmuştur. Yoklama kayıtları, yoklamayı yapan yetkili kişilerin haiz oldukları sıfatlara ve bu işlerden alınan harçların tahakkuk ve tahsiline göre de türlerle ayrılmaktadır.

Arşivdeki Diğer Önemli Hizmetler

Tapu Arşiv Bilgi Sistemi Projesi (TARBİS): TKGM Arşiv Dairesi Başkanlığı ile İstanbul Tapu ve Kadastro İkinci Bölge Müdürlüğü Arşivlerinde bulunan büyük bir kısmı Osmanlı Türkçesi ile yazılı arşiv belgeleri, TARBİS adı verilen bir proje kapsamında sayısallaştırılmıştır. Projeye mikrofilmleri alınan belgelerin yüzyıllarca daha yaşatılması, arşiv bilgi ve belgelerine yetki verilmiş kişilerin güvenlik çerçevesinde kolayca ulaşması ve belge asıllarının da yıpranmaması sağlanmıştır.

Tablo 2. Arşiv Dairesi Başkanlığı Arşivinde Mevcut Belgeler

Türü	Cilt/Belge Sayısı
Mufassal Defterleri	208
İcmal Defterleri	166
Evkaf Defterleri	54
Vakf-ı Cedid Defterleri	170
Çiftlikat Defterleri	2
Suret-i İcmal Defterleri	1
Kânûn-ı Muvakkat (Belge)	1
Me'murin Defterleri	24
Me'murin Sicil Defterleri	6
Rumeli Müsevvedat Defterleri	1
Tahrir-i Cedid Defterleri	20
Teftişat Defterleri	1
Harita (Belge)	6
TOPLAM	660

tır. Metodoloji olarak önce sayısallaştırma, sonra mikrofilme alma yöntemi kullanılmıştır. 3 Temmuz 2009 tarihinde tamamlanan TARBİS Projesi ile 26 ülkeye ait yaklaşık 25 milyon civarındaki eski yazı tapu kaydının transkripsiyonu yapılmış ve 3 milyon pozdan oluşan mikrofilm çekimi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3. Arşiv Dairesi Başkanlığı Arşivinde Mevcut Belgeler

Belge Adı	Dönemi	Adedi
Tapu Tahrir Defterleri	15-17. yüzyıl	660 (Cilt)
Zabıt-Kayıt Defterleri (Merkez)	1847-1934 (Millî sınırlar dâhili)	14.023 (Cilt)
Zabıt-Kayıt Defterleri	1847-1917 (Millî sınırlar harici)	7.876 (Cilt)
Zabıt-Kayıt Defterleri (Mahalli)	1847-1929 (Millî sınırlar dâhili)	24.000 (Cilt)
2. Nüsha Tapu Senetleri	1932-2001	308.000 (Cilt)
2. Nüsha Tapu Kütükleri	1927-2013	539.982 (Cilt)
Hasılat Kayıtları	1872-1909	270.000 (Fasikül)
Tablo Mahzen Defterleri	1930-...	1.018 (Cilt)
Köy ve Yayla Sınır Kayıtları ile Mer'a Tahsis Kararları	1925-1967	31.695 (Belge)

Restorasyon Ünitesi: Yıpranmış arşiv belgelerinin ciltlenmesi, onarılması ve restorasyonunun yapılması için Arşiv Dairesi Başkanlığı bünyesinde Belge Restorasyon Atölyesi ve Laboratuvar Ünitesi kurulmuştur.

Uluslararası Kongreler: TKGM ev sahipliği ve organizasyonu altında çeşitli sempozyumlar da gerçekleştirilmiştir. 21-23 Kasım 2012'de İstanbul'da "Osmanlı Coğrafyası Kültürel Arşiv Mirasının Yönetimi ve Tapu Arşivlerinin Rolü Uluslararası Kongresi" yapılmıştır. 20-24 Kasım 2017'de İstanbul'da Haliç Kongre Merkezinde "II. Uluslararası Osmanlı Coğrafyası Arşiv Kongresi" düzenlenmiştir. 85 ülkeden yaklaşık 3000

delege ve ziyaretçinin katıldığı "Dünya Kadastro Zirvesi Kongre ve Sergi Etkinliği" 20-24 Nisan 2015'te İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir.

Tapu Tahrir Defteri Fonundaki Belge Asıllarının Devri ve Dijital Veri Takası: 23.11.2017 tarihinde İstanbul'da TKGM Arşivindeki TTD fonundaki 3.491 adet belge ve defterin dijital kopyası, Devlet Arşivleri Başkanlığı Arşivlerindeki aynı fondaki 6.087 adet belge ve defterin dijital kopyası ile karşılıklı olarak takas edilmiştir. 29.05.2018 tarihinde Devlet Arşivleri Başkanlığı ile imzalanan protokol gereği TKGM Arşivindeki TTD fonun-

Tablo 4. TKGM Yayınları

Sıra	Yayının Adı	Yılı	Yayın No
1	Osmanlı'dan Günümüze Tapu Arşiv	2008	1
2	Land Registry Archive Since the Ottoman Empire	2009	1
3	Defterhane'den Tapu Kadastroya Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nün Tarihçesi	2010	2
4	Kadastro Ne İdi, Nedir, Ne Olacaktır (Çeviri Biyografi)	2012	3
5	Kuyud-ı Kadime Arşiv Katoloğu	2012	4
6	Kıbrıs Tahrir Defteri	2013	5
7	Osmanlı Coğrafyası Kültürel Arşiv Mirasının Yönetimi ve Tapu Arşivlerinin Rolü Uluslararası Kongresi Bildiriler (3 Cilt)	2013	6
8	Defter-i Evkaf-ı Liva-i Saruhan	2014	7
9	Defter-i Mufassal-ı Liva-i Çorum (2 Cilt)	2014	8
10	Defter-i Mufassal-ı Liva-i Sivas (2 Cilt)	2014	9
11	Defter-i Evkaf-ı Liva-i Kuds-i Şerif	2015	Prestij 10
12	Foundation Registry of Province of al-Quds	2015	Prestij 10
13	Defter-i Mufassal-ı Liva-i Amasya (Cildü'l-Evvel)	2015	11
14	Ahlak	2017	-
15	2. Uluslararası Osmanlı Coğrafyası Arşiv Kongresi Bildiriler (2 Cilt)	2019	-
16	Kadastro Mekteb-i Âlisi	2021	12
17	Türkiye Kadastrosunun Tarihi "Kadastro Tarihinin Kaynakları"	2021	13

da bulunan 2.831 adet belge ve defterin aslı, adı geçen kuruma devredilmiştir.

Devlet Arşivleriyle belge takası gerçekleştiren Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü bir zamanlar Osmanlı egemenliğinde olan topraklarda kurulan bağımsız bazı devletlere de belge desteğinde bulunmuştur. Bu kapsamda Kosova, Bosna-Hersek, Filistin, Makedonya, Irak, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Arnavutluk, Ürdün, Libya, Karadağ Cumhuriyeti'nin de aralarında bulunduğu ülkelere kendi coğrafyalarına ait belgelerin dijital kopyaları verilmiştir.

Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü 2000'li yıllardan itibaren çoğu belgesel ve prestij olmak üzere 17 önemli kitap çıkarmıştır.

Tapu Kadastro Arşivinde bir sergi salonu yer almaktadır. Tarihi değere haiz arşiv belgelerinin sergilendiği "Server Efendi Sergi Salonu", Arşiv Dairesi Başkanlığı bünyesinde, 2009 yılı Kasım ayı içerisinde açılmıştır. Salonu ziyaret eden kişi ve gruplara 3 dilde (Türkçe, İngilizce, Arapça) sesli rehberlik hizmeti verilmektedir. Salonunda mühürler, tuğralar, belge keseleri, haritalar, çeşitli tahrir defterleri ve tapuların aralarında olduğu çok sayıda tarihi malzeme sergilenmektedir.

Arşivden yararlanmak amacıyla tarihi değeri olan Tahrir Defterleri ile ilgili olarak çalışmak isteyen yurt içi ve yurt dışından gelen araştırmacılar için Ankara Oran'daki Arşiv Daire Başkanlığı binasında Araştırma Salonu da bulunmaktadır. Restorasyonu yapılan salona 08 Eylül 2015 günü yapılan bir açılış töreniyle ünlü tarihçi anısına "Prof. Dr. Halil İnalcık Araştırmacı Salonu" ismi verilmiştir.

Tapu Kadastro Arşivinde, online katalog tarama imkânı bulunmamaktadır. Araştırmacılar arşiv yayınları içerisinde yer alan Kuyud-ı Kadime Kataloğunu dijital olarak bilgisayarlarına indirip bu katalogdan anahtar kelimeler üzerinden arama yapabilmektedir. Bununla birlikte, arşivdeki belgelerin çoğunlukla defterlerden oluşması araştırmacıların zaman zaman defterler içerisinde tarama yapmasını da zorunlu hâle getirmektedir. Tapu Kadastro Arşivinde, çok olmasa da, Turizm Tarihi araştırmalarında kullanılabilecek belgeler yer almaktadır. Kültür turizminin de içerisine giren kaleler, özel işletme bünyesinde

bulunan hanlar, hamamlar, misafirhaneler ve daha pek çok yere ait tarihsel ve mülkiyete ilişkin kayıtlar, çeşitli vakıf defterleri içerisine sıkışmış imaret, zaviye vb. vakıf kuruluşlarına ait belgeler konaklama ve gastronomi tarihi açısından dikkate değer veriler içermektedir. Gelecek sayıda Kültür ve Turizm Bakanlığı Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne bağlı Vakıf Kayıtlar Arşivinde buluşmak üzere.

KAYNAKÇA

Osmanlı'dan Günümüze Tapu Arşivi (2009). (Hazırlayan: Mehmet Yıldırım vd.). Ankara: Tapu Arşiv Dairesi Başkanlığı Yayını.

Yıldırım M. ve Kadioğlu, S. (2010). *Defterhâne'den Tapu Kadastroya*. Ankara: Tapu Arşiv Dairesi Başkanlığı Yayını.

Işık, S. vd. (2012). *Kuyud-ı Kadime Arşiv Kataloğu*. Ankara: Tapu Arşiv Dairesi Başkanlığı Yayını.

Ek. Belgesel-Tapu ve Kadastro Arşiv Daire Başkanlığı'ndan Belge Örnekleri



Belge 1. Hâlen Konya Merkez'de Mevcut Olan Atatürk'e Ait "Kargir Ev ve Bahçe"nin Eylül 1928 Tarihli Tapu Senedi



Belge 2. İkinci Mehmed (Fatih)'in Ceylan Derisi üzerine Yazılmış, Dışı da Atlasla Kaplanmış 65.30 Metre Uzunluğundaki 1463 Tarihli Ayasofya Vakfiyesi



Belge 3. Osmanlı Devleti'nde Kullanılan Üç Parçalı Mühürden Genel Görünüm



Belge 4. 1858 Tarihli, Arazi Kanunname-i Hümayunu, Aynı Tarihli Nizamname ve Bunların Muhafaza Edildiği Torbanın Genel Görünümü



Belge 5. Temmuz 1700 tarihli Çorlulu Ali Paşa Evkaf Defterinden Şemse ve Tezhipli Sayfa Örneği

II. KISIM: GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE SEYHAHLAR VE SEYAHATNAMELERİN TASNİFİNE DAİR BİR DENEME-4

Yazı dizimizin bu dördüncü yazısında 15. yüzyıla ışık tutan seyyahlar ve seyahatnamelerini konu edineceğiz. Seyyahlara değinmeden önce 15. yüzyılda dünyanın genel durumuna, önem-

li siyasi olaylara ve seyyahların kimliklerine göz atacağız.

15. Yüzyılda Dünyanın Genel Görünümü: Avrupa kıtasında 15. yüzyıl, Geç Orta Çağ, Erken Rönesans ve Erken Modern Dönem bölümlerini içermektedir. Bu yüzyılda teknoloji, toplum ve kültür alanında meydana gelen gelişmeler sonraki yüzyılların "Avrupa mucizesi" nin emekleme ev-

resini oluşturmaktadır. Söz konusu zaman diliminde mimari, bankacılık ve muhasebe gibi modern disiplinler ilk olarak İtalya'da kurulmuştur. Çin 2005'te, 1405'te ülkenin büyük deniz seferlerinin ilk kez başlatılmasının 600. yıldönümünü kutladı. Amiral Zheng He, Doğu Afrika kıyılarına kadar yelken açan 27.000 kişiyi taşıyan 300'den fazla gemiden oluşan bir filoyu komuta etmişti. Zheng He'nin yüzyılın başındaki yolculuklarının dünya tarihini derinden etkileyen sonuçları olmadı. Yüzyılın sonuna denk gelen Kolomb'un etkileri ise çok büyük oldu. Hem Zheng He hem de Kolomb'un önemli deniz seferlerini üstlendiği 15. yüzyıl, insanlığın hikâyesinde büyük bir dönüm noktasını işaretlemişti. Elbette o zamanlar kimse bunun farkında değildi. Kimse 1405'te, Zheng He'nin komutasındaki devasa Çin donanmasının 1433'te geri çağrılacağını ve bir daha asla denize açılmayacağını bilmiyordu ve yine kimse 1492'de Kolomb'un üç gemilik küçük filosunun dünya tarihini tamamen değiştireceğini ve iki "eski dünya" ve iki yarımkürenin insanlarını bir araya getireceğini, Avrupalıların dünya sahnesinin bir numaralı oyuncusu olacağını tahmin bile edemezdi. Böylece 15. yüzyıl, büyük bir tarihsel değişimin bir menteşesi olarak dünyaya kuşbakışı bir bakış için büyük bir fırsat sağladı.

Moğol savaşı Timur Moğol İmparatorluğu'nu yeniden tesis etmeye çalıştı (1400). Ordusu Rusya, İran ve Hindistan'ı harap etti. Timur 1405 yılında Çin'i işgale hazırlanırken öldü. Halefleri bir yüzyıl boyunca İran ve Afganistan arasındaki bölgenin kontrolünü elinde tuttu. Timur'un fetihleri, Orta Asya göçebe topluluklarının son büyük askeri başarısıydı. Sonraki yüzyıllarda, bozkır göçebelerinin anavatanları, genişleyen Rus ve Çin imparatorlukları tarafından yutuldu. Afrikalı pastoralistler (göçebe çobanlar), 19. yüzyılın sonlarına kadar yerleşik imparatorlukların dışarısında kaldılar.

15. yüzyılda Avrupa'dan oldukça uzak Çin'le Avrupa uygarlığı mukayese edildiğinde iki tarafın bazı özellikleri öne çıkmaktadır. Çin'de Ming Hanedanı egemendi. Bu hanedan öncesi Çin, Moğol yönetimi ve veba tarafından kötü bir şekilde sekteye uğramıştı. Ming Hanedanı (1368-1644) döneminde bir toparlanma meydana gelmişti.

Moğollar sonrası yabancı yönetimin tüm belirtilerini ortadan kaldırma çabası vardı. Konfüçyüsçü öğretisi teşvik edilmekteydi. İmparator Yongle (1402-1422) geçmişin tüm bilgeliğini özetleyen 11.000 ciltlik bir ansiklopediye en büyük desteği verdi. Kamu hizmeti sınav sistemini yeniden kurdu. Oldukça merkezi bir hükümet yarattı. Saray hadımlarına büyük yetki verildi. Devlet arazilerin ekimini teşvik etti, sulama işlerini belirli bir düzene soktu, yaklaşık bir milyar ağaç dikti. Çin, belki de 15. yüzyılın en iyi yönetilen ve en müreffeh uygarlığıydı. Çinli denizciler ve tüccarlar 11. yüzyılda Güney Çin Denizi'nde ve Güneydoğu Asya limanlarında önemli hâle gelmişlerdi. İmparator Yongle 1405'te devasa bir filoyu okyanusa çıkardı. Böylece aralıklarla 28 yıl sürecek Çin deniz seferleri başladı. Amiral Zheng He uzak insanları Çin haraç sistemine bağlamaya çalıştı. Hedefinde onlarca hükümdar yer aldı. Yeni topraklar fethetme, Çin yerleşimleri kurma veya kültürü yayma niyeti yoktu. Çin hükümeti 1433 yılında seferleri aniden durdurdu. Birçoğu seferleri kaynak israfı ve nefret edilen saray hadımlarının projesi olarak gördü. 1433'ten sonra da Çinli tüccarlar ve zanaatkarlar Japonya, Filipinler, Tayvan ve Güneydoğu Asya'ya yerleşmeye ve ticaret yapmaya devam ettiler, ancak geçmişten farklı olarak bunu hükümet desteği olmadan gerçekleştirdiler.

Avrupa 15. yüzyılda devlet inşası ve kültürel yenilenme ile öne çıkmaktaydı. Batı Avrupa'da Çin'dekine benzer bir demografik iyileşme, vebanın etkilerinden sıyrılma, kültürel gelişme ve genişleme süreci gerçekleşti. Avrupa nüfusu yaklaşık olarak 1450'den itibaren yeniden yükselmeye başladı. Yeni bir devlet inşası vardı ancak bu, birçok bağımsız ve rekabetçi devlet parçasının yavaş yavaş birleşmesine giden bir sürece doğru evrilmekteydi. Bu yeni devlet inşası çoğunlukla savaşların doğurduğu ihtiyaçlar tarafından yönlendirildi. Yüz Yıl Savaşı'nda (1337-1453) İngiltere ve Fransa'nın durumunun şekillenmesi bu duruma önemli bir örnektir. Rönesans, klasik Yunan geleneklerinin ıslahı şeklinde 1350-1500 arasında ilk olarak Floransa'da olmak üzere İtalya'nın ticari şehirlerinde başladı. Rönesans kültürel bir standart olarak "klasik kaynaklara dönüş" olarak

tasvir edilebilir. Rönesans sanatı Leonardo da Vinci, Raphael, Michelangelo ile daha fazla natüralizme yönelmiştir. "Hümanist" bilim adamları, dini konulara ek olarak laik konuları araştırmaya başlamıştır. Niccolò Machiavelli'nin (1469-1527) Prens'i siyasi başarı için günümüzde de geçerliliğini koruyan planlar hazırlamıştır. Rönesans zamanında bireye ve dünyanın doğru tasvirine ilgi daha fazla çoğalmıştır. Rönesans, bir bakıma Hristiyan kültürünün uhreviliğine meydan okumadır.

Keşifler Çağı da 15. yüzyılda, Portekiz keşif seferleri ile 1415'te Septe'de başlamıştır. 1492'de Kolomb Amerika'ya ulaşmıştır. Vasco da Gama 1497-1498'de Afrika'yı dolaşarak Hindistan'a gitmiştir. Avrupa keşiflerini Çin keşifleriyle mukayese etmekte yarar vardır. Avrupa'nın keşif seferleri Çin seferlerine kıyasla çok mütevazı imkânlarla başlamıştı. Çin seferlerinin aksine, Avrupalılar İslam'a karşı Haçlı Seferlerinde zenginlik, din değiştirenler, müttefikler arıyorlardı. Avrupalılar imparatorluklar kurmak için şiddet kullandı. Çin seferleri birdenbire sona erdi; Avrupalılar seferlerine sabırla devam etti. Avrupa'da keşiflerin devam etmesinde seferleri sonlandıracak kapsayıcı bir siyasi otoritenin olmamasının payını da dikkate almak gerekir. Ayrıca küçücük bir kıtadaki çok sayıda devlet arasındaki rekabet keşifleri daha fazla teşvik etti denebilir. Üstelik Avrupa'daki soylu sınıf mensuplarının çoğunun toprağa dayalı güçten vazgeçip deniz aşırı genişlemeyle ilgilendiğini belirtmekte yarar vardır. Çin ihtiyacı olan her şeye sahipti; Avrupalılar Doğu'nun daha büyük zenginliklerini şiddetle talep etmekteydi. Çin'in gıda üretimi dâhilî olarak genişleyebilirdi ve bir şekilde Çin kendi kendine yetebilirdi. Eski karalar içerisinde alan olarak en küçüğü olan Avrupa'nın ekonomisi, yeni topraklar olarak genişlemek ve büyümekten başka imkâna sahip değildi. Avrupa'nın elle tutulur ve dünyayı etkileyecek çapta bir kaynağı yoktu.

Çeşitli parçalara bölünmüş İslam dünyası, 15. yüzyıldan itibaren dört büyük devlet veya imparatorlukta kendini öne çıkardı. İslam'a geçiş süreci hem yeni devletlerin içinde hem de ötesinde devam etti. İslam'ın kalbinde Osmanlı ve Safevi İmparatorlukları vardı. Osmanlı İmparator-

luğu 14. yüzyıldan 20. yüzyılın başlarına kadar sürdü. Anadolu, Doğu Avrupa, Orta Doğu'nun çoğu, Kuzey Afrika kıyıları, Karadeniz çevresindeki toprakları kapsayan devasa bir bölgeye egemen oldu. Padişahlar "halife" unvanını kullandı ve Abbasilerin mirasını sahiplendi. İslam dünyasına birlik getirme çabasını uzun süre devam ettirdi. Hristiyan topraklarına yönelik Osmanlı fetihlerinde 15. yüzyılda en önemli kırılma anı İstanbul'un ve doğal olarak Bizans'ın 1453'te düşmesidir. Safevi İmparatorluğu İran'da bir sufi tarikatından doğdu. İmparatorluk 1500'den kısa bir süre sonra kuruldu. Şii İslam'ı devletin resmî dini olarak dayattı. Sünni Osmanlı İmparatorluğu ve Şii Safevi İmparatorluğu 1534 ile 1639 arasında aralıklarla savaştı. İslam'ın uç sınırlarında Songhay ve Babür İmparatorlukları vardı. Songhay İmparatorluğu 15. yüzyılın ikinci yarısında Batı Afrika'da yükselişe geçti. Bu imparatorluk içerisinde İslam büyük ölçüde kentsel seçkinlerle sınırlıydı. Sonni Ali (1465-1492) Müslüman uygulamalarını takip etti, ancak aynı zamanda görünmezlik büyüsüne sahip bir sihirbaz olarak kabul edildi. Songhay İmparatorluğu, İslami öğrenmenin ve aynı zamanda ticaretin önemli bir merkeziydi. Hindistan'da Babür İmparatorluğu, 1526'da Hindistan'ı işgal eden Türkler tarafından kuruldu. 16. yüzyılda, Babürler Hindistan'ın çoğunu kontrol altına aldı. Hindular ve Müslümanlar arasında bir ortaklık yaratma çabasında oldu. Bununla birlikte, Vijayanagar Hindu krallığı güneyde gelişmeye devam etti.

Bu dört büyük Müslüman imparatorluğun çağına "İslam'ın ikinci filizlenmesi" de denir. Enerjinin, refahın ve kültürel parlaklığın yeni bir çağını yaşattılar. İslam'ın Güneydoğu Asya gibi yeni bölgelere yayılmasına vesile oldular. İslam en çok da sufiler tarafından desteklenen seyahat eden tüccarlar tarafından yayıldı. Zamanın bir işareti olarak Malakka'nın yükselişi örnek verilebilir. Malakka 15. yüzyılda büyük bir Müslüman liman kenti haline geldi. Hindu/Budist geleneklerle harmanlanmış bir Malakka İslam'ı ortaya çıktı. Malakka Güneydoğu Asya'da İslami öğrenme için de bir merkez özelliği gösterdi.

15. yüzyılda Amerika'da bulunan Aztek ve İnka İmparatorlukları, eski kültürleri devralan ve

özümseyen Amerikan halkları tarafından kuruldu. Her iki imparatorluk da İspanyolların fetih girişimleri ve yaydıkları hastalıklar sonrasında yok edildi. Aztek İmparatorluğu'nu oluşturan Mexica, Kuzey Meksika'dan güneye göç eden yarı göçebe bir halktı. Bunlar 1325'te Texcoco Gölü'ndeki bir adaya yerleştiler. Tenochtitlán'ın başkent olduğu kendi devletlerini kurdular. Meksika yanında iki şehri de katarak 1428'de üçlü ittifakı meydana getirdiler. Bundan sonra büyük bir askerî fetih programı başlattılar. Bir asırdan kısa bir sürede Orta Amerika arazisinin çoğunu fethettiler. Aztek hükümdarları daha önceki halkların soyundan geldiklerini iddia ettiler. Aztek İmparatorluğu gevşek yapılı, istikrarsız bir fetih devletiydi. 5-6 milyon nüfusu vardı. Fethedilen ülkelerin halkları düzenli olarak haraç ödemeye zorlandı. Tenochtitlán'da 150.000-200.000 kişi sakin. Büyük ölçekli ticaret merkezi olup yerel ve uzun mesafeli bir ticarete ev sahipliği yapıyordu. Şehirde profesyonel tüccarlar (pochteca) zengin oldu. Ticaret köleleri içeriyordu, çoğu kurban amaçlıydı. Aztek İmparatorluğu'nda insan kurban edilmesi, eski Orta Amerika'dan çok daha belirgindi. İlk Meksika İmparatoru Tla-caeael zamanında insan kurban etme zihniyeti yerleşmiştir. Bu zihniyete göre güneşin, sürekli olarak yayılan karanlıkla savaşmasına yardımcı olması için insan kanının hayat veren gücüne ihtiyacı vardır. Tanrılar insanlığı yaratmak için kanlarını döktüler, bu yüzden geri ödeme adil bir seçenektir. Aztek İmparatorluğu'nun amacı, tanrılara kan sağlayarak kozmik düzeni korumaktır. Bu kurban meselesi insan yaşamının kırılma noktasına odaklanan önemli bir felsefi/şiişsel gelenek yarattı.

Quechua dilini konuşanlar, And Dağları boyunca İnka İmparatorluğu'nu kurdu. İmparatorluk 2.500 mil uzunluğunda bir alana yayılıydı. Nüfusu yaklaşık 10 milyondur. İnka İmparatorluğu Azteklerden daha bürokratik ve merkeziydi. İmparator ilahi olarak kabul edilen mutlak bir hükümdardı. Devlet teorik olarak tüm arazi ve kaynakların sahibiydi. Her biri bir İnka valisi tarafından idare edilen yaklaşık 80 il vardı. En azından merkezi bölgelerde, hiyerarşik insan gruplarına (10, 50, 100, 500, vb.) göre gruplandırılmış topluluklar vardı. Müfettişler il yetkililerini kont-

rol ederdi. Nüfus verileri quipulara (düğümli ipler) kaydedilirdi. Yeniden yerleşim programı nüfusun çoğunu hareket ettirdi. Hemen hemen herkes İnka Devleti için emek hizmeti (mita) yapmak zorunda kaldı. Bu hizmetler arasında devlet çiftliklerinde, hayvancılık, madencilik, askerlik, devlet inşaatı işlerinde çalışmak vardı. Ayrıca devlet için mal üretimi yapmaları da gerekliydi.

15. yüzyılda büyük ölçekli siyasi sistemler, kültürel olarak farklı insanları bir araya getirdi. Osmanlı, Babür ve İnka İmparatorlukları farklı halkları entegre etme çabalarına girişti. Din, uzaklardaki halkları hem birleştirdi hem de böldü. Hristiyan âleminin ortak dini kültürü vardı ancak Hristiyanlık, Roma Katolikliği ve Doğu Ortodoksluğu olarak bölünmüştü. Çin, Kore, Tibet, Japonya ve Güneydoğu Asya'nın bazı bölgelerinde Budizm bağlantılı insanlar vardı. Yıllık hac Müslümanları bir araya getirme konusunda özellikle iyiydi ancak ümmet içindeki çatışmalar devam etti. 15. yüzyılda ticaret kalıpları çok belirgindi. Ticaret hemen hemen her yerde devam ediyordu. Afro-Avrasya ticaretinin dengesi değişiyordu. İpek Yolu ağı daralıyordu. Batı Atlantik/ Hint Okyanusu'ndaki okyanus ticareti artıyordu.

15. Yüzyılda Önemli Olaylar ve Gelişmeler: Avrupa'da 15. yüzyıla Yüz Yıl Savaşları'nın gölgesinde girildi. 1337-1453 arasında devam eden Yüz Yıl Savaşları, Castillon Savaşı'nda İngilizleri kesin bir şekilde yenen Fransızların zaferiyle sona erdi. Bir asırdan daha fazla süren bu savaşın ardından İngiltere'de baş gösteren mali sıkıntılar, İngiltere tahtı için bir hanedan mücadelesi olan Güllerin Savaşları'nın (The War of the Roses, 1455-1485) patlak vermesine yol açtı. İngiltere'deki taht kavgası, Bosworth Field Savaşı'nda VII. Henry'nin III. Richard'ı yenip öldürmesi ve yüzyılın kalan kısmında Tudor hanedanının başa geçmesiyle sonuçlandı.

Dünyanın ve Bizans İmparatorluğu'nun başkenti olarak gösterilen İstanbul 1453'te Fatih Sultan Mehmed tarafından fethedildi ve Osmanlı egemenliğine girdi. Bu, aynı zamanda Bizans'ın sonu demektir. Avrupa'nın batısında Yüz Yıl Savaşları'nın sona ermesi ve doğusunda İstanbul'un fethedilmesi Orta Çağ'ın sonunu işaretledi. İstanbul'un fethiyle Bizanslı bilim adam-

ları ve İstanbul'da muhafaza edilen pek çok klasik metin İtalya'ya yelken açtı. İtalya'da Rönesans yeşerirken 1447'de Alman kuyumcu, matbaacı ve yayıncı Johannes Gutenberg hareketli parçalar ile yazı baskısını içeren matbaayı geliştirdi. Bu iki önemli olay Rönesans'ın gelişmesinde ve Avrupa'da yayılmasında kilit rol oynadı.

15. yüzyılın önemli olaylarından birisi de Konstantz Konseyi'ne (1414-1418) kadar Avrupa'da on yıllar boyunca Western Schism, Papal Schism (Papalık Bölünmesi) adıyla Papalık'ın iki parçaya bölünmesidir. Bu, Roma Katolik Kilisesi içinde 1378'den 1417'ye kadar süren bir bölünmeydi. Bu süreçte Avrupa'da üç papa olmuştu: Roma'da XII. Gregory, Avignon'da XIII. Benedict ve XXIII. John. Katolik Kilisesi'nin bu şekilde bölünmesi, Çek teolog Jan Hus'un kiliseye meydan okuması ve ardından yakılarak öldürülmesiyle filizlenen Hussist hareketiyle bağlantılı huzursuzluk, sonraki yüzyılda Protestan Reformu'nun yükselişinde ana faktörler hâline gelecekti.

Yüzyılın son on senesine girildiğinde Hristiyan Reconquista hareketi neticesinde 700 yılı aşkın İber Yarımadası'ndaki İslam egemenliği sona erdi ve 1492'de İspanya'nın güneyindeki son İslam devleti olan Gırnata (Granada) Devleti ortadan kalktı. Hindistan'ın zenginliklerine erişme arzusu, 1492'de Kristof Kolomb tarafından Amerika'nın sömürgeleştirilmesine ve Avrupa'yı Hindistan alt kıtasına bağlayan ve İber İmparatorlukları dönemini başlatan Vasco da Gama'nın Portekiz deniz seferlerine yol açtı.

Asya'da Timur İmparatorluğu çöktü ve Delhi Sultanlığı altında Afgan Peştun Lodi Hanedanı kuruldu. Yasak Şehir'i inşa eden ve Zheng He'ye denizaşırı dünyayı keşfetmesini emreden Yongle İmparatoru'nun yönetimi altında, Ming Hanedanlığı'nın toprakları doruk noktasına ulaştı. Afrika'da, İslam'ın yayılması, yüzyılın sonunda sadece 1504'te yıkılacak olan Alodia Krallığı dışında Hristiyan Nübye krallıklarının yıkılmasına yol açtı. Eskiden iyi bir konumda olan Mali İmparatorluğu, yükselen Songhay İmparatorluğu'nun baskısı altında çöküşün eşiğine geldi. Amerika'da, hem İnka İmparatorluğu hem de Aztek İmparatorluğu etkilerinin zirvesine ulaştı, ancak Amerika'nın Avrupa tarafın-

dan sömürgeleştirilmesi modern tarihin akışını değiştirdi.

15. Yüzyılda Seyahat Edenlerin Mesleki Kimlikleri: Daha önceki asırlarda olduğu gibi 15. yüzyılda da seyyahlık henüz müstakil bir ilgi alanı olamamıştır. Seyahat raporları daha çok tüccar, elçi ya da hacıların yazdıklarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu üç meslek grubundan ayrı olarak ve yine Hristiyanlık dinine özgü olan misyonerlik geç orta çağlarda kurumsallaşmamıştır. Türk-İslam dünyasında gezginlik yaygın olsa da buralarda yazma alışkanlığı çok gelişmemiştir. Hâliyle, tek başına misyoner ve derviş kivesi içerisinde gezenler de seyyah kavramı içerisine girmemiştir.

Kara yolunda ilerleyen seyyahların başlıca güzergahlarından birisi olan Anadolu'ya 15. yüzyılda Türkler iyice yerleşmişlerdi. Hem de birkaç büyük olayla ve büyük kitleler hâlinde gelmişlerdi. Bizans geçmişteki gücünden oldukça uzaktı. Sınırları dışındaki devletler arasındaki çıkar çatışmalarından yararlanarak ömrünü uzatabileceğini umuyordu. Timur Devleti ve Latin Avrupa devletleri son zamanlarda Bizans'ı sıkıştıran Osmanlı Devleti'ne karşı âdeta birer can simidi gibiydiler. Öte taraftan Haçlı Seferleriyle doğuyla sıkı bağlar kuran Venedik, Dalmaçya'dan Akdeniz'in doğusuna kadar uzanan deniz hatında gemileri için birer üs olacak çok sayıda noktaya sahip oldu. Bu özelliğiyle sadece Doğu-Batı ticaretinde değil aynı zamanda hacıları da kapsayan yolcu taşımacılığında da iddialı bir yer edindi. Akdeniz'deki baskın Venedik varlığına karşı Çin, Orta Asya ve İran ticaretinde tek aracı hâlâ Müslüman tüccarlardı.

Ticaretin öne çıktığı Geç Orta Çağ Müslümanlar ve Hristiyanlar açısından uzun mesafeli hacılar çağıdır. Dinlerin kutsal saydığı bölgeler ile hacı olmak isteyen kişilerin arasındaki mesafenin fazlalığı uzun hac yolculuklarının da nedeniydi. Başka bir deyişle dinler yayıldıkça ve sınırları genişledikçe dinlerin kutsal merkezinden çok uzaklarda da o dine mensup topluluklar çoğalmıştı. Müslümanlığın merkezi Abbasi halifesinin oturduğu Memluk merkezi Kahire gibi gözükse de Bursa-Edirne-İstanbul'da ve Tebriz Herat Semerkand'da güçleri derinden hissedil-

Tablo 5. 15. Yüzyılda Dünya Genelinde Egemen Güçler ve Önemli Olaylar

1345-1521	Orta Amerika'da Aztek İmparatorluğu'nun hakimiyeti
1368-1644	Çin'de Ming Hanedanı'nın yönetimi
1370-1406	Timur'un fetihleri
1378-1508	Doğu Anadolu, Azerbaycan ve İran'da Akkoyunlu hakimiyeti
15. Yüzyıl	*İslam'ın Güneydoğu Asya'da yayılması
	*Kuzey Hindistan'da çok sayıda Müslüman sultanlığın kurulması
	*Osmanlı İmparatorluğu'nun genişlemesi
	*Japonya'da şogunlar arasında iç savaş yaşanması
	*Malakka'nın yükselmesi
	*Güney Hindistan'da Vijayanagar İmparatorluğu'nun yükselişe geçmesi
	*Avrupa Rönesansı'nın yeşermesi
	*Etyopya, Kongo, Benin ve Zimbabve gibi Afrika ülkelerinin gelişmesi
	Iroqious Konfederasyonu (New York eyaleti)
	Avustralya'da paleolitik (yontma taş) devrinin devam etmesi
	Pasifik adalarında şeflikler ve sınıflı toplumlar
	Kuzey Amerika'nın batı kıyısında karmaşık paleolitik (yotma taş devri) toplumları
1405-1433	Çin'in Deniz Yolculukları
1420	Batı Afrika kıyılarında Portekiz keşiflerinin başlaması
1438-1533	Güney Amerika'da And Dağları boyunca İnka İmparatorluğu'nun egemenliği
1453	Osmanlıların İstanbul'u fethi, Bizans İmparatorluğu'nun sona ermesi
1462-1505	Rusya'da Moğol hakimiyetinin son bulması ve Büyük İvan'ın saltanatı
1464-1591	Batı Afrika'da Songhay İmparatorluğu idaresi
1492	*İspanya'da Reconquista'nın sonuçlanması ve İspanya'da İslam hakimiyetinin tamamen sonlandırılması
	*Kolomb'un ilk translantik yolculuğuna çıkması
1497-1520	Portekiz'in Hint Okyanusu'na girmesi
1501	İran'da Safevi Devleti'nin kurulması
1526	Moğol İmparatorluğu'nun kurulması

len iki güçlü İslâm hükümdarı profili daha vardı. Hristiyanlık içinde benzeri durum geçerliydi. İstanbul'da Bizans'ın gölgesinde Ortodokslar, Batı Avrupa'da ise İtalya eksenli Katolikler iki ayrı hizibin temsilcileriydi. Sonuçta bütün bu din mensuplarının hac merkezleri Ortadoğu'daydı ve mesafe ne kadar uzak olursa olsun dinsel bir farzın yerine getirilmesi ihtiyacı uzak mesafelere yolculukları teşvik etmekteydi.

15. yüzyılda ülkeler arasında seyahat edenlerin başında elçiler gelmekteydi. Elçiler gittikleri ülkelerde hükümdarlarını temsil ettikleri için bilgili, kültürlü, donanımlı, hatta zengin kişilerden seçilirdi. Bu bakımdan Batılı elçiler aristokratlar, Doğulular saray mensuplarından belirlenirdi. Venedikliler 1268'den itibaren yazılı raporları zorunlu kılan bir yasa çıkarınca elçilerin de seyahatname yazarı seyyahlara dönüşme süreci başlamış oldu.

Geç Orta Çağ'da yaşayan insanlar, dünyayı, karanlık ve skolastik düşüncenin gölgesinde kalan bir önceki nesilden farklı algılamaya başladı. Bu zaman diliminde Aziz Augustinus, Platon ve Aristoteles'in yazdıkları tekrar öne çıkarılmaya başladı. Eski Çağ'a ait eserlerin Avrupa dillerine çevrilmesi Batı düşünce evreninin sınırlarını genişletti. Başta Paris ve Oxford gibi şehirlerdeki üniversiteler Avrupa insanının bilgi seviyesini çoğalttı. Bununla birlikte, Orta Çağ'ın genelinde olduğu gibi bilimle uğraşanların büyük kısmı tanrısal olandan kendilerini tamamen ayıramayan din adamlarıydı. Din adamı kimliklerinden tamamen sıyrılamayan Geç Orta Çağ'ın bilim insanlarının çoğu çevri olan ya da çevirilerden tasarlanan eserlerinin içeriği uhrevi olanla dünyevi olanın arasına bir sınır çekilmesi gerektiğini söylüyordu. Bu değişime karşın Avrupalıların genel bir algısı olarak İslam'a karşı çıkan her kuvvetin Hristiyan olması ya da Hristiyan yapılması genellemesi öne çıkıyordu. Başka bir deyişle, böyle bir genelleme Latin Avrupa'nın işine geliyordu.

15. YÜZYILIN ÖNEMLİ SEYYAHLARI VE SEYAHATNAMELERİ

Bertrando de Mignanelli (Beltramo Mignanelli di Siena) (1370-1455 veya 1460): 15. yüzyılın başında Şam'da yaşayan maceracı ve çok sayıda

dili konuşabilen bir İtalyan tüccardı. Timur'un Şam'ı ele geçirmesiyle ilgili bilgi veren tek Latince birincil kaynağın yazarıdır. Bertrando'nun babası Leonard de Mignanelli, Sienalı bir soyluydu. Mignanelli çok genç yaşta Siena'dan ayrıldı ve Şam'a yerleşmeden ve başarılı ticaret hayatına başlamadan önce Orta Doğu'yu kapsamlı bir şekilde dolaştı. Bazı kaynaklar onu Katolik bir rahip olarak öne çıkarmaktadır. Bundan dolayı da kendisini dine adanmış bu Hristiyan adamının eserlerinin çok fazla dinî önyargı içermemesine şaşırırmaktadırlar.

Bertrando, Sultan Berkuk'la bizzat tanışmıştı. Arapçayı iyi düzeyde konuşuyordu. 1416'da İtalya'ya döndükten sonra, Berkuk'un biyografisini ve bizzat şahit olduğu Timur'un 1400-1401'de Suriye'nin Memluk bölgesini ele geçirmesini yazdı. Bununla birlikte, Şam kuşatması sırasında Kudüs'e kaçtığı ve 1400/1401 kışını orada geçirdiği için Şam'ın düşüşü hakkında duyduklarına dayanarak eserini kaleme almıştır. Şam'ın yok edildiğini duyduktan sonra, Ferrec ibn Berkuk komutasında geri çekilen Memluk Mısır ordusuna katıldı ve bir hizmetçiyle Kahire ve İskenderiye'ye gitti. Eserinde Kosova Savaşı'ndan da bahsetmiştir. Diğer birçok erken dönem Batılı kaynak gibi, Mignanelli de Hristiyan Sırp ordusunun bu savaşta galip geldiğine inanmıştır. Mignanelli 1416 tarihli eserinde Osmanlı padişahı I. Murad'ın bizzat Prens Lazar tarafından öldürüldüğünü ileri sürmüştür. Mignanelli 1460 yılında ölmüştür. Timur'la ilgili eseri *Vita Tamerlani-Ruina Damasci* başlığını taşımaktadır.

Johannes (Hans) Schiltberger (1381-1440): Matbaada basılan ilk seyahatnameyi yazmıştır. Alman asker, seyyah ve yazardır. Soylu bir aileye mensuptu. Münih ve Freising arasında bulunan Hollern'de doğmuştu. Schiltberger 1394'te Lienhart Richartinger birliğine katıldı ve Macar Kralı Sigismund komutasında Macaristan sınırında Osmanlı İmparatorluğu'na karşı savaşa gitti. 28 Eylül 1396'da, Niğbolu Muharebesi'nde bacaklarından yaralandı ve esir alındı. Bacakları iyileştikten sonra Sultan I. Bayezid (Yıldırım) onu haberci olarak görevlendirdi (1396-1402). Bu süre zarfında Schiltberger Osmanlı ordusuy-

la Anadolu ve Mısır'da seferlere katıldı. Ankara Muharebesi'nde (20 Temmuz 1402) Bayezid'in mağlubiyetinden sonra Schiltberger galip gelen Timur'un emrine girdi. Timur'la Semerkant'a gitti. Timur'un ölümünden sonra (17 Şubat 1405) oğlu Şahruh'un, sonra Şahruh'un kardeşi Miran Şah'ın, ondan sonra da Miran Şah'ın oğlu Ebu Bekir'in esiri oldu.

Schiltberger Ebu Bekir'in ordusundaki bir Tatar melikine katılıp Sibiryaya sefere gitti. Bu seyahatinin anıları Sibiryaya'nın bir Avrupalı tarafından kayda geçirilen ilk izlenimleridir. Ayrıca, yeni efendisi ile muhtemelen Orta Volga'daki eski Bulgaristan'a (günümüzde Kazan ve civarı) olan saldırılarında da yanında bulunmuştur. Güneydoğu Rusya'nın steplerinde dolaşmış; Kıpçak Hanlığı'nın eski başkenti Saray'ı, ayrıca Azak ve bilhassa Venedikli ve Cenovalı tüccarlar için bir ticaret merkezi olan Tana'yı ziyaret etmiştir. Efendisinin iflasından sonra efendi değiştirmiş, Kırım, Çerkezistan, Abhazya ve Megrelya'ya yolculuklar yapmış ve nihayet Batum civarında kaçarak özgürlüğüne kavuşmuştur. İstanbul'a varduktan sonra bir süre saklanmıştır. Sonra Kili, Akkerman, Lemberg, Krakow, Breslau ve Meissen'den geçerek Bavyera'daki evine geri dönmüştür (1427). Dönüşünde Dük III. Albert'in yaveri olmuştur. Schiltberger'in 1440 yılında öldüğü tahmin edilmektedir.

Schiltberger'in *Reisebuch'u* (seyahat kitabı) sadece kendi deneyimlerini ve o dönemin tarihi olaylarının kısa özetlerini içermekle kalmayıp ayrıca özellikle kendi bulunduğu ülkeler ve onların adetleri hakkında bilgiler de vermektedir. Eserde Türklerin elinde bulunan, Tuna ile Karadeniz arasındaki topraklar; Trabzon'dan Rusya'ya, Mısır'dan Hindistan'a Schiltberger'in üzerinden geçtiği uzak diyarlar anlatılmaktadır. Bu geniş coğrafyada Bursa, Batı Kafkasya ve Ermenistan'dan çeşitli yöreler, Hazar Denizi'nin etrafındaki bölgeler ve özellikle Kızıl tatarların olmak üzere oradaki insanların adetleri, Sibiryaya, Kırım ve kendisinin beş ay geçirdiği Kefe'deki Ceneviz kolonisi ve Mısır ve Arabistan'ın tarifleri özellikle kayda değerdir. Ermenistan ve Karadeniz'in ötesinde varlıklarını devam ettiren Katolik misyonlar ve Büyük Tataristan'da bulu-

nan Hristiyan toplulukları hakkında yazdıkları da Hristiyanlık tarihi açısından önemli sayılır. Schiltberger'in *Reisebuch* adlı eseri Türkçeye "*Türkler ve Tatarlar Arasında (1394-1427)*" adıyla çevrilmiştir.

Johannes Witte de Hese (tahminen 1400'ler): Reform döneminde çokça okunan "*Doğuya Fantastik Bir Yolculuk*" hikâyesinin yazarıdır. 14. yüzyılın sonunda yaşadığı tahmin edilmektedir. Utrecht'te yaşamış bir rahip olduğu düşünülmektedir. Hayatı hakkında net bir bilgi yoktur ve adı henüz belgelenmemiştir. Eserinde Aşağı Ren'den geldiğine dair ipuçları vardır. Çünkü kitabında doğuya ait bir şehri tanımlarken mutlaka Köln'le karşılaştırmaktadır.

Adı altında günümüze ulaşan tek eseri "*Itinerarium ad Jerusalem per diversas mundi partes (Dünyanın Dört Bir Yanından Kudüs'e Yolculuk)*" başlığını taşımaktadır. El yazmaları Berlin, Giessen, Münih, Prag, Viyana, Ghent ve Cheltenham'da bulunmaktadır. 15 ve 16. yüzyıla ait Quentell, Köln, Anvers, Paris gibi merkezlerdeki matbaalarda basılmış sekiz bilinen baskısı bulunmaktadır. Sonraki yüzyıllarda da pek çok baskısı çıkmıştır.

Eser gerçekte yapılmış bir yolculuğu anlatmaktadır. Baştan sona hayalî ve kurgusaldır. Hayalî olsa da kültür tarihi açısından epey ilginçtir. Çünkü 14. yüzyılın sonlarına doğru Almanya'da yaşayan insanların doğudaki insanlar hakkındaki düşüncelerini anlatmaktadır. Bu bakımdan oryantalizmi besleyen ilk kayıtlardan birisi olarak oldukça önemlidir. Kitapta aktarıldığına göre, Hese, 1398 (1498?) yılının ilk bahar mevsiminde Kudüs'ü ve çevresindeki kutsal toprakları ziyaret etti. Mayıs ayında Ürdün'e, daha sonra çok sayıda uçan balık karşısında hayrete düştüğü Kızıldeniz'e ve sonunda Mısır'ın başkenti Hermepolis'e vardı. Buradan Sina Yarımadası'nı geçti, ünlü St. Catherine Manastırını ziyaret etti, bir süreliğine Keldani'ye gitti ve daha sonra Dimyat'a uğrayıp seyahatine başladığı Nil'e döndü. Buradan tekrar ayrıldıktan sonra deniz yoluyla başında Brandicanus isminde bir kralın bulunduğu ve Rahip John'a bağlı Hristiyanların yaşadığı Etiyopya'ya gitti, burada cüce halkların ve tek gözlü insanların, Miknatis Dağı ve Karacığer Denizi'nin hikâyelerini

duydu. Nihayet Aziz Thomas'a bağlı Hristiyanların yaşadığı Hindistan'daki büyük Andronopolis şehrine geldi. Burada fazla kalmadı, 30 gün boyunca Belyad ve Gadda limanlarına, ardından 24 gün boyunca 11 Hristiyan ve 7 pagan kralın itaat ettiği Rahip John'un başkenti olduğunu öne sürdüğü Dicle üzerindeki Edissa'ya gitti. John'un görkemli sarayını ziyaret etti ve biraz ayrıntılı olarak anlattı. Sonra Mezopotamya'daki Hulna'ya veya Ulua'ya havari Thomas'ın mezarına hac yaptı. Buradan muhteşem ülkelere harika bir yolculuğa çıktı. Cennetin aşılma duvarına geldi, azap çeken ruhların çığlıklarını duyduğu Araf yerini ziyaret etti, bir ada sandığı ve neredeyse kendisini ve gemisini dibe sürükleyen bir ahtapotun üzerine indi. Sonunda mutlu bir şekilde Kudüs'e döndü. Burada hikâye aniden kesiliyor. Aslına bakılırsa, Hese'ye atfedilen bu kitap fantastik içeriklere sahip eski yazılardan derlenmiştir. Bu kaynakların en önemlileri, Geç Orta Çağ edebiyatında da yaygın olarak kullanılan Epistola Presbyteri Joannis, Tractatus de decem nationalibus Christianorum, Liber de infantia Mariae ve De adventu Patriarchae Indorum ad Urbem alt Calixto Papa Secundo'dur.

Jean de Béthencourt (1362-1425): 15. yüzyılın başında, Kastilya adına Kanarya Adaları'nın fethedildiği bir sefere öncülük eden bir Fransız kâşiftir. Normandiya'da, Grainville-la-Teinturière'de doğmuştur. Grainville, Fransa ve Navarre arasındaki savaş sırasında yakılıp yıkılmış ve Jean'in babası savaşta öldürülmüştür. Jean, Anjou Dükü I. Louis'in hizmetine girmiş ve yaver olmuştur. 1387'de Fransa Kralı'ndan Grainville'deki kaleyi yeniden inşa etmek için izin almıştır. 1390'da Jean, Kuzey Afrika merkezli Berberi korsanlığını durdurmak için ortak bir Fransız-Ceneviz seferinde Touraine Dükü'ne katılmıştır. Sefer başarılı olamasa da Jean'in hayatında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Sefer sırasında Cenevizli tüccarlardan Kanarya Adaları'nı duymuş ve daha sonra kendisine Kanarya Adaları seferinde eşlik edecek Fransız şövalye Gadifier de la Salle ile tanışmıştır. Sefer Mayıs 1402'de La Rochelle'den başlamıştır. Béthencourt'un Paris'teki evini satarak elde ettiği parayla ve amcasından aldığı borçla finanse edilmiştir. Sefer, Kastilya Kralı III.

Henry'nin himayesinde yapılmıştır. Béthencourt takımadaların sadece üçünü fethedebilmiştir. Bunlar en doğudaki iki ada olan Lanzarote ve Fuerteventura'nın yanı sıra ana adaların en küçüğü olan El Hiero'ydu. Önce Lanzarote'ye çıktı ve hiçbir direnişle karşılaşmadan burayı fethetti. Fuerteventura'da sorunlar başladı, ancak sorunlara yerlilerin direnmesi sebep olmadı. Sorunların sebebi, işgalcilere liderlik eden iki kaptan arasındaki iç bölünmeler ve Fuerteventura'nın fethi için Béthencourt, Kastilya'dan takviye gelmesini bekleyemeyecek kadar uzakta olmasıydı. Ada, nihayet 1405'te fethedildi. Jean tarafından fethedilen son ada El Hiero direnişle karşılaşmadan alındı. Nüfus köleleştirildi ve ada Norman ve Kastilyalı yeni yerleşimcilerle iskân edildi. Béthencourt, Normandiya'daki topraklarına döndüğü 1412 yılına kadar adalarda kaldı. 1425'te memleketinde öldü ve oraya gömüldü.

Ruy Gonzales de Clavijo (öl. 1412) ve Alfonso Paez: Clavijo, Kastilya Kralı III. Henry'nin Timur Devleti'ne gönderdiği İspanyol elçidir. Henry tarafından Semerkant'taki Timur İmparatorluğu'na büyükelçi olarak gönderilmesinden önceki yaşamına dair çok az şey bilinmektedir. Madrid'de doğmuştur ve ailesi Toledoludur. Eseri Narrative of the Embassy of Ruy Gonzalez de Clavijo to the Court of Timour at Samarcand AD 1403-6 başlığını taşımaktadır.

Clavijo'nun seyahatinin yakın nedeni Osmanlı Padişahı Bayezid'in Avrupalıları Niğbolu Savaşı'nda yenmesi, bu yenilgi sonrası Bayezid'in İstanbul'u sıkıştırması ve Bizans'ın son bir kurtuluş çaresi olarak silah, para ve adam toplamak için Batı'dan yardım istemesidir. Öte yandan Orta Asya ile Delhi'den Şam'a kadar çeşitli zaferler elde eden ve o sırada Doğu Anadolu'da Bayezid'i taciz etmeye yoğunlaşan Timur'un adı Batı'da duyulmaya başlamıştır. Bu tarihlerde III. Henry Kahire'deki Memluk sultanına ve Kuzey Afrika'daki diğer Müslüman krallara -Fez, Tunus vb.- elçiler göndermiştir.

Clavijo ve Paez Kastilya Kralı III. Henri'nin Timur İmparatorluğu'nun kurucusu Emir Timur'a gönderdiği elçilerdi. Gómez de Salazar adlı üçüncü bir elçi başlangıçta onlarla seyahat etti, ancak yolda öldü. İki İspanyol büyükelçisi önce

Akdeniz yoluyla İstanbul'a, ardından Karadeniz üzerinden Trabzon'a, son olarak kara yoluyla Tebriz, Belh ve Keş üzerinden Timur'un bulunduğu Semerkant'a ulaştı. Dönüş yolculuklarında Özbekistan'da İpek Yolu üzerinde önemli bir ticaret merkezi olan Buhara'dan geçtiler. 1406'da Avrupa'ya döndükten kısa bir süre sonra, Clavijo, İpek Yolu'nun batı kesiminde gelecekteki gezginler için çok önemli bir bilgi kaynağı hâline gelen deneyimlerinin bir kaydını yazdı.

Aynı zamanda bir İspanyol asilzadesi olan Clavijo Anadolu topraklarına ayak bastığında, Timur orduları, Yıldırım Bayezid'in ordularını 1402 Ankara Savaşı'nda yenmiş, Anadolu'nun bir bölümü Timurlular etkisine girerken; Osmanlı Devleti'nde Fetret Devri denen bir dönem başlamıştı. Clavijo, İstanbul'u ziyaretinde İstanbul'un o günkü durumu hakkında gözlemlerde bulunmuştu. İstanbul adının ilk defa onun seyahatnamesinde geçtiği öne sürülmektedir. Clavijo, İstanbul adıyla alakalı Galata Cenevizlileri kolonisinin, kendilerinin bulunduğu yer dışında kalan kesim için "aşağı şehir" anlamında "Stambul", "Stambuli" demekte olduğunu aktarmıştır.

Clavijo'nun vakayinamesi, Timur İmparatorluğu ve etrafındaki ülkelerin tarihi bakımından kıymetli bir eserdir. Şehirlerin ayrıntılı tasvirleri, özellikle hâlâ Hristiyan olan İstanbul tasviri, Semerkant'ta ağırlandığı sırada katıldığı 18 eğlencenin detayları, cariyelerin ve Timur'un kıyafetleri, Timur'un torunu Uluğ Bey'in düğünü, çarşı-pazarı bu eserde anlatılmıştır. Clavijo'nun seyahat günlüğü, Timur'un sarayının lüksüne dair Avrupa'daki tek kaynaktır ve Semerkant efsanesinin temelidir. Eser, yazarının bizzat içinden geçtiği toprakların ve ülkelerin yöneticileriyle yaptığı müzakereleri ayrıntılı olarak anlatması bakımından âdeta bir diplomasi dersi kitabı gibidir.

İpek ve Baharat yollarının öneminin azalmasıyla, deniz yolunun Vasco da Gama tarafından neredeyse bir asır sonra keşfedilmesiyle Orta Asya, önceki yüzyıllarda sahip olduğu jeostratejik ilgiyi kaybetti. Böylece, İspanyol fatihlerinin Amerika'daki macerası övülmeye başlandığı bir zamanda Clavijo'nun büyük sonuçları olmayan

hüsranı uğramış diplomatik girişimi unutulmaya yüz tuttu.

Ghillebert (Guillebert) de Lannoy (1386-1462): Burgonyalı bir hacı ve diplomattır. Gilbert, 1386 civarında o tarihlerde Fransız egemenliğinde bulunan Flanders'ta doğdu ve askeri kariyerine İngilizlere karşı savaşta (1403-1404) başladı. Jean de Werchin'i takip ederek Kutsal Topraklara (1405-1406) kadar gitti. Kudüs'ü ziyaret için yola çıkan pek çok seyyah arasında yer alan Lannoy Sina Dağını ziyaret etti, daha sonra da İstanbul'a geçti. La Marche kontu (1407) Jacques de Bourbon komutasında İspanya'daki Müslümanlarla savaşa devam etti. 1410'da oraya geri döndü. 1413'te Prusya'da şövalye ilan edildi ve Agincourt savaşında (1415) İngilizlere karşı savaşırken esir alındı. Troyes Antlaşması'ndan (1420) sonra, 1421 yılında, İngiltere Kralı V. Henri tarafından görevlendirilerek Kuzey Avrupa'ya ve Romanya'ya gitti, dönüşte de İstanbul'dan geçerek Suriye ve Mısır'ı ziyaret etti. İlk seyahatine ait Türkiye izlenimleri geçtiği yerlerin isimlerinden ibarettir. 1422 yılında yaptığı seyahatte ise ziyaret ettiği tek yer olan Gelibolu'ya ilişkin detaylı bir tasvir yapmıştır. Seyahatnamesi, ilk olarak C. P. Serrure tarafından 1840 yılında *Voyages et ambassades de Messire Guillebert de Lannoy (Guillebert de Lannoy'un Elçilikleri ve Seyahatleri)* ismiyle Fransızca olarak yayınlanmıştır.

1428'de Gilbert, Kutsal Roma İmparatoru ve Macaristan Kralı Sigismund nezdinde Philip'in büyükelçisi olarak görev yaptı. 1430'da Dük Philip tarafından kurulan Altın Post Tarikatı'nın ilk şövalyelerinden biri oldu. 1446'da üçüncü kez Kutsal Topraklar'a hac ve Kıbrıs'a diplomatik bir görev için gitti. 1454'te Arras'ta yeni bir haclı seferi başlatmak üzere kurulan Sülün Yemini'ne katıldı.

Antoine de la Sale (1388-1462): Petit Jehan de Saintre'nin yazarı Antoine de la Sale (1388-1462), 1407'de Lipari Adaları'ndaki bir yanardağın kraterine tırmandı ve izlenimlerini bıraktı.

Ma Huan (1380-1460) ve Fei Xin (1385-1436?): Her birisi Zeng He'nin donanmasının ziyaret ettiği yerler hakkında birer kitap kaleme almıştır.

Ma Huan (1380-1460) Amiral Zheng He'ye Batı Okyanuslarına yaptığı yedi seferden üçünde eşlik eden Çinli bir gezgin ve çevirmendi. Annesi Müslüman'dı. Birkaç Klasik Çince ve Budist metni biliyordu. Çeviri yapabilmek için Arapça öğrendi. 1413 seferinde Champa, Java, Sumatra, Palembang, Siam, Kochi ve Hürmüz'ü; 1421 seferinde Malakka, Aru, Sumatra, Trincomale, Seylan, Kochi, Calicut, Zufar ve Hürmüz'ü ve 1431 seferi sırasında Bengal, Chittagong, Sonargaon, Gaur ve Calicut'u ziyaret etti. Kalikut'tan Hadım Hong Bao tarafından Mekke'ye elçi olarak gönderildi.

Ma Huan, keşif gezileri sırasında coğrafya, siyaset, hava koşulları, çevre, ekonomi, yerel gelenekler, hatta suçlular için cezalandırma yöntemleri hakkında notlar aldı. İlk seferinden eve döndü, 1416 civarında kitabının ilk taslağını yazmaya başladı. Daha sonraki seferler sırasında taslağını genişletti ve değiştirdi, son versiyonunu 1451 civarında hazırdı. Kitabının adı Yingya Shenglan (Okyanus Kıyılarının Genel Araştırması) idi. Yingya Shenglan, dünya çapındaki sinologlar tarafından Ming hanedanı deniz keşif tarihi, Güney Doğu Asya tarihi ve Hindistan tarihi için birincil kaynak olarak kabul edilir.

Fei Xin (Fei Hsin) (1385-1436) Ming hanedanı amiralı Zheng He filosunun askeri mürettebatının bir üyesiydi ve Çin gemilerinin ziyaret ettiği ülkeler hakkında bir kitabın yazarı olarak tarihe geçti.

Fei Xin'in hayatı hakkında çok az şey bilinmektedir. Arap dilini kendi kendine öğrendiği tahmin edilmektedir. Hint Okyanusu'na yaptığı yolculuklarda Amiral (Hadım) Zheng He'ye eşlik eden üç görevliden biriydi. Bengal hakkında verdiği bilgiler, Orta Çağ Bengal tarihini yeniden inşa etmek için önemli bir kaynaktır. 1388'de Çin'in Suzhou vilayetinin Kunshan semtinde mütevazı bir bilgin ailesinde dünyaya gelen Fei Hsin, 13 yaşında askerlik hizmetine katıldı ve 21 yaşındayken Zheng He'nin üçüncü yolculuğuna (1409-11) eşlik etmek üzere seçildi. Zheng-He'nin dördüncü (1411-14), beşinci (1417-19) ve yedinci seferleri (1431-33) olmak üzere başka üç sefere de katıldı.

1433'te Çin'e döndü. 1436'da Pasifik ve (Çin'in Batı denizi dediği) Hint okyanuslarındaki çeşitli ülkeler ve deneyimleri hakkında bilgi veren bir kitap yazdı. Çalışmasının adı Shingocha Shenglan (Yıldız Salınun Genel Araştırması) idi; "Yıldız Salı" imparatorluk büyükelçisini taşıyan geminin adıydı. Kitabın ilk ne zaman basıldığı bilinmiyor; en eski versiyonunun 1544'te yayınlandığı bilinmektedir.

Fei Xin'in seyahat günlüğü Ma Huan'inkinin yaklaşık yarısı kadar uzunluktadır, ancak daha kısa olmasına rağmen, 45 ülkeyle alakalı izlenimler paylaşılmaktadır ve Ma Huan tarafından tanımlanan yirmi bir ülkeyle ilgili kıyaslamalar da içermektedir. 19 yer iki yazar için ortaktır. Fei Xin, Ma Huan'ın seyahatnamesinde bulunmayan yirmi altı yer hakkında ayrıca bilgi vermektedir. Öte yandan Ma Huan, Fei Xin'de yer bulmayan iki ülkeyi anlatmaktadır. Fei Xin, Arabistan'da Lasa (muhtemelen Muscat'ta) ve Doğu Afrika'da Mogadişu, Brava ve Gumbo hakkında ikinci elden de olsa bilgi sağlayan ilk Orta Çağ yazarıdır.

Fei Xin ve Ma Huan'ın yazdıkları arasında birçok tutarsızlık da vardır. Örneğin, Fei Xin, Phanrang'ın (Panduranga) Champa'dan (Orta Vietnam) farklı bir ülke olduğunu, Ma Huan ise Champa'nın bir parçası olduğunu bildirir. Bengal ile ilgili olarak başka hiçbir Çinli gezgin başkentini adını Pandua olarak vermez ve Fei Xin, Çin'in diğer ülkelerle olan takasa dayalı ticareti hakkında mükemmel bilgiler sağlar ve Çin'in ipek, porselen cinsinden ödemelerinin ayrıntılarını verir. Fei Xin ve Ma Huan, 15. yüzyılda Güney Asya hakkında verdikleri bilgilerle birbirlerini tamamlamaktadırlar.

Anconalı Ciriaco (1391-1455): Ciriaco d'Ancona, Cyriacus de Pizzicolli ya da Cyriacus Anconitanus diye de anılmaktadır. Ancona'da doğmuştur. İtalyan tüccar ve hümanisttir. İlk epigraflardan ve klasik arkeologlardandır. Yunan ve Romalılar zamanından çok sayıda kitabeyi kayıt altına almıştır. Böylece antik döneme ait çok sayıda metin onun sayesinde bugüne gelmiştir. Kayıt altına aldığı verilerin doğruluğundan dolayı modern klasik arkeolojinin kurucusu sayılmaktadır.

Ticaretle uğraşmasından dolayı 1412 ila 1454 seneleri içerisinde Edirne, İstanbul, Marmara Denizi kıyı şeridi, Kuzey Ege sahilleri, Kiklad Adaları, Girit adası, Sakız adası, Milet, Midilli adası, Mora Yarımadası ve Epir gibi yerlere yolculuklar yaptı. Ayrıca Ayasofya'yı, Atina Akropolü'nü ve Delfi harabelerini gördü. Gördüğü yapı ve abideleri çizdi, kitabeleri kaydetti. İzmir'de arkeolojik manada ilk keşifleri de 1429-30 ve 1446'da buraya gelen Ciriaco yapmıştır. Ölümünden çok sonra, elde kalan bazı metinleri Epigrammata reperta per Illyricum a Kyriaco Anconitano (Roma, 1664), Cyriaci Anconitani nova fragmana notis illustrata (Pesaro, 1763) ve Itinerarium (Floransa, 1742) adıyla basılmıştır.

Margery Kempe (1373-1440): İngiliz edebiyatının en eski otobiyografilerinden birisinin sahibi olan İngiliz dinî mistiktir. Otobiyografisinin adı Book of Margery Kempe'dir (Margery Kempe Kitabı). Margery Kempe (kızlık soyadı Brunham) birçok yönden olağanüstüydü. Doğu Anglia'daki Lynn adlı bir kasabadan orta sınıf bir kadındı. Lynn belediye başkanının kızıydı. Değirmen sahibi ve bira üreticisi de olmak üzere birçok işte çalıştı. 1393'te John Kempe ile evlendi. Bu evlilikten 14 çocuğu oldu. İlk çocuğunun doğumu zor oldu ve doğumundan sonra sık sık İsa'yı gördü. Bu sırada, günahkâr eylemleri için onu uyaran bir rahibe günah çıkardı. Kempe bunu travmatik buldu ve bu, bugün psikotik bir epizod olarak tanımlayabileceğimiz şeye neden oldu. Bu süre zarfında İsa ona görünmeye devam etti ve daha sonra Margery iyileşti. Ama zaman zaman kendisini günahları nedeniyle cezalandırma arzusunda oldu. Ayrıca çok seyahat etti, sapkınlıkla suçlandı ve sonunda deneyimlerini yazılı hâle getirdi. 1934'te kitabı keşfedilmeseydi bu kadın ve onun şartırtıcı hayatı hakkında çok az fikrimiz olurdu.

Margery 1409 civarında günahlarının bir kefareti olarak et yemekten kaçınmaya başladı. Gerçekten de, bu kendini cezalandırma arzusu, anlatısında her zaman mevcuttur. 1413'te mistik birisi olan Norwichli Julian'ı ziyaret etti. O yılın ilerleyen zamanlarında Kudüs'e hacca gitti ve 1415'e kadar geri dönmedi. İki yıl sonra, 1417'de bu sefer Santiago de Compostela'ya hacca gitti. Aynı sene Leicester'deki dinî yetkililer tarafından sor-

guya çekildi ve York, Hull, Hessle ve Beverley'de yargılandı. 1418'de memleketi Lynn'e döndü. 1432'de kitabını yazdırmak için ilk girişimlerini yaptı. Bu yıl hem kocası hem de oğlu öldü. Ertesi yıl Norveç üzerinden Gdansk'a gitti. Kempe en son 1439'da kayıtlarda yer almıştır. Tam olarak ne zaman öldüğü belli değildir. Görünüşe göre okuma yazma bilmemektedir ve kitabını iki kâtibe 1432-1436 arasında dikte ettirmiştir. Kitabı ilk kez 1936'da (modernize edilmiş) ve 1940'ta Orta İngilizce olarak yayınlanmıştır.

Kempe'nin kitabı, 20 yaşındaki ilk hamileliğinden altmışlı yaşlarının ortasına kadar olan yaşamını konu almaktadır. Çalışma kronolojik bir anlatıma sahip değildir. Bu nedenle Kempe'nin hayatının hikâyesini yeniden inşa etmek için okuyucunun bilgi parçalarını bir araya getirmesi gerekir. Kempe'nin kitabı Orta Çağ sona ererken bir kadının gerçekleştirdiği hac yolculuklarına ışık tutması bakımından oldukça önemlidir.

Chen Cheng (1365-1457): Chen Cheng Orta Asya'ya yaptığı kara yolculuklarıyla tanınan Çinli bir diplomattır. Seyahatleri, Amiral Zheng He'nin deniz yolculuklarıyla aynı zamana denk gelmiştir. Cheng Cheng, Ming Hanedanlığı'nın kurulmasından üç yıl önce Jiangxi Eyaletinde doğmuştur. İmparator Hongwu'nun maiyetinde memur olarak kariyerine başlamıştır. 1406'dan 1411'e kadar Pekin'deki İmparatorluk Kütüphanesinde Yongle Ansiklopedisi'nin editörlüğünü üstlenmiştir. İmparator Yongle'in saltanatında 1414, 1416 ve 1420'de Semerkant ve Herat'a Timurlu sarayına giden Ming elçilik heyetlerine başkanlık etmiştir. Bu seferler vesilesiyle Timurlu hükümdarları Şahruh ve Uluğ Bey'e imparatorluk fermanları ve hediyeler takdim etmiştir. Çin'den Orta Asya'ya uzanan yol boyunca yerel yöneticiler ve şeflerle de temas kurmuştur.

"Batı Topraklarına Bir Yolculuğun Notları" başlığını taşıyan seyahat notları Ming Hanedanlığı ve Timurlular döneminde Orta Asya'ya dair en kapsamlı kaynaktır. Orta Asya'nın coğrafyası, çeşitli ticari ürünleri ve gündelik yaşamına ilişkin önemli bilgiler içermektedir. Cheng Cheng'in seyahat notları günlük şeklinde tutulmuştur. Günlük Suzhou'dan (Jiuquan) ayrılışının ilk günü ile

kronolojik olarak başlar ve Herat'a varışa kadar olan yolculuğun aşamalarını anlatır.

Caumontlu Nompar (1391-1446): Santiago de Compostela ve Kudüs'e yaptığı hac ziyaretlerinin yazılı kayıtlarını bırakan bir Gaskon lorduydu. Çalışmaları, Orta Fransızca Sözlüğü'ne söz varlığı katkıları da sağlamıştır. Temmuz 1414'te 23 yaşındayken Compostela'ya, ardından Şubat 1419 ile Nisan 1420 arasında Kudüs'e gitti. Kudüs'e olan hac yolculuğunu Voyaige d'oultremer en Jherusalem başlıklı eserinde anlattı.

Cristoforo Buondelmonti (1385-1430): İtalyan gezgin ve papazdır. Floransa'da dünyaya gelmiştir. Rodos Adası'na Yunanca öğrenmek için gitmiştir. Burada sekiz yıl kalmıştır. Ardından altı sene Ege Denizi'ndeki adaları ziyaret etmiştir. Ziyaret ettiği yerler içerisinde İstanbul'da Galata ve Beyoğlu (Pera) da vardır. Gezdiği yerleri Liber Insularum Archipelagi başlığıyla yazdığı Latince seyahatnamesi meşhurdur. Seyahatnamesinin çok sayıda yazma nüshası vardır. Eserin 15. yüzyıla ait Grekçe bir tercümesi de Topkapı Sarayı'nda bulunmaktadır. Seyahatnamesi yanında gördüğü bazı önemli yerlerin kendi eliyle çizilmiş planları vardır. Tahminen 1422'de çizdiği İstanbul haritası, eldeki en eski İstanbul haritalarından birisidir.

Siraceddin İbnü'l-Verdi (öl. 1457): İbnü'l-Verdi, İslâm dünyasında ve Batı'da *Harîdetü'l-acâib ve ferîdetü'l-garâib* başlıklı kitabıyla meşhurdur. 1419 senesinde tamamladığı kitabın ilk bölümünde coğrafi bölgeler, dağlar, nehirler, ikinci bölümünde bitkiler, hayvanlar, madenler ve bu madenlerin özellikleri, yararlarını anlatmıştır. Kitapta kıyamet alâmetleri, gerçeklerle hayal, tarihî olayla efsane bir arada yer almaktadır. Kitabın pek çok el yazması nüshası dünya kütüphanelerinde yaygın bir şekilde bulunmaktadır. Eserin dünya genelinde rağbet görmesi Avrupa, Afrika ve Arap ülkeleri hakkında ilgi çekici bazı bilgilere sahip olmasındandır.

Hoca Gıyaseddin Nakkaş ve Acâibü'l-letâif: Cheng Cheng'in başkanlığında Semerkant ve Herat'a gelen Çin elçilik heyetlerinin başlattığı diyalog Timurularla Çinliler arasında olumlu bir

hava meydana getirmişti. İki taraf arasında karşılıklı temaslar ara ara da olsa devam etmekteydi. Karşılıklı elçiler gidip gelmekteydi. Timurlu Sultanı Mirza Şahruh, 1419 yılında Çin (Hitay) imparatoruna tekrar bir elçi kafilesi gönderme kararı almıştı. Bu kafilenin içinde Mirza Şahruh'un oğlu da vardı. Hoca Gıyaseddin ise bu kafiilde Herat Valisi Şehzade Mirza Baysungur'un temsilcisiydi. Hoca Gıyaseddin, 1419'da Herat'tan yola çıkmış, Çin'e gidişte ve oradan geri dönüşte karşılaştığı ilginç ve önemli şeyleri kayıt altına almış ve üç yıl sonra evine vardığında Acâibü'l-letâif (Hitay Sefaretnamesi) isimli eserini kaleme almıştır. Sefaretnamede anlatılana göre Timurlu elçilik heyetinin yolculuğu 25 Kasım 1419'da Herat'ta başlamıştır. 28 Aralık'ta Belh'e varılmıştır. Çetin kış şartları nedeniyle 17 Ocak 1420'ye kadar Belh'te kaldıktan sonra yola çıkılmış; 8 Şubat'ta Semerkand'a ulaşılmıştır. 20 Mart'ta Taşkent'e, 29 Mart'ta Seyram'a, 6 Nisan'da Eşbere'ye ve 27 Nisan'da Moğol memleketine gelinmiştir. Haziran ayı sonlarında Turfan'a erişilmiştir. 27 Haziran'da Turfan'dan ayrılarak 2 Temmuz'da Karahoca'ya varılmıştır. 7 Temmuz'da elçilerin adlarını ve yanlarındaki adamları yazmak için Hitaylılardan birtakım kimseler gelmiştir. 16 Temmuz'da Sofuata denilen yere, 18 Temmuz'da Kamel şehrine varılmıştır.

Aslı Farsça olan Acaibü'l-Letaif, III. Ahmed zamanında Damat İbrahim Paşa'nın emriyle Şeyhülislâm esbak Küçük Çelebizade İsmail Asım Efendi tarafından 1140/1727'de Türkçeye çevrilmiştir. Ali Emirî, 1315/1899'da İşkodra civarında Akçahisar kasabasında Türkçe nüshasını bulmuş ve 1331/1916 yılında İstanbul'da yayınlamıştır. Acaibü'l-Letaif, ilk yazıya geçirildiğinde, kopyaları gelecek bir veya iki yüzyıl için Fars ve Türk edebiyatında Çin'in en ayrıntılı açıklamalarından biri hâline gelmiştir.

Sefaretname Farsça yazılmıştır. Timurular zamanında Çin'e gerçekleştirilen ziyaretin izlenimlerinin anlatıldığı Acaibü'l-Letaif Timurular-Ming ilişkilerine dair önemli bir belgeseldir. Eser ilk bölümünde Herat'tan Pekin'e olan yolculuğa, ikinci bölümde Pekin'e yoğunlaşmaktadır. Yazar, pek çok noktada yolların durumundan çok ko-

naklama koşullarını ve konaklanan şehirleri ele almayı tercih etmiştir.

Niccolò de' Conti (1385/1395?-1469): Hindistan, Çin ve Endonezya'da 1419'dan 1444'e kadar seyahat eden ve 25 senelik seyahatinin yazılı kaydını bırakan Venedikli bir tüccardır.

Chioggia'da doğmuştur. Hindistan, Güneydoğu Asya ve Güney Çin'de seyahat etmiştir. Marco Polo ve akrabalarından sonra Venedik'ten o bölgeye gelen Avrupalı ilk kişidir. 1419'da Venedik'ten ayrılarak Şam'a gitmiş; burada Arapça öğrenmiştir. 25 sene süresince Asya'daki pek çok ülkeyi Müslüman bir tüccar kılığına girerek gezmiştir. Yolcuları esnasında emniyet gerekçesiyle kendisini Müslüman olarak tanıtmaması bir bakıma Hristiyanlık esaslarını açık bir şekilde inkâr etmekte. Bu ihlalden dolayı seyahatleri bitip İtalya'ya döndüğünde Papa IV. Eugene'in özel sekreteri Poggio Bracciolini ile görüşüp durumunu anlatmak zorunda kalmıştır. Yerel dilleri öğrenmeye yatkın olması ve İslam kültürünün ayrıntılarını öğrenmesi sayesinde Müslüman ticaret gemilerinde seyahatlerini sürdürebilmiştir. Çinli Amiral Zheng He'nin deniz seferleriyle aynı tarihlerde seyahatlerini gerçekleştirmiştir. Hatta bir dönem bu donanmada ya da bu donanmayla hareket eden ticaret gemilerinde seyahat etmiştir. Donanmayla beraber gezdiği yerlere ait anlattığı bilgiler Ma Huan (1433) ve Fei Xin (1436) gibi Çin donanmasıyla beraber gezen tarihçilerin anlattıklarıyla örtüşmektedir.

Conti, Şam'dan sonra Bağdat'a, oradan da Basra'ya geçmiştir. İran Körfezinde deniz yoluyla seyahat ederek İran'a gitmiş ve Farsça öğrenmiştir. Arap Denizi'ni kat ederek Gucera'ta varmıştır. Daha sonra Deccan yaylasındaki Vijayanagar'a gelmiştir. Hindistan'ın doğu kıyısındaki ve Goa'nın yaklaşık 150 mil doğusunda bulunan Maliapur'a gitmiştir. Havarî Aziz Thomas'ın dinlenme yeri olarak kabul edilen Maliapur, Hint Hristiyanları için en kutsal yerdi. Daha sonra yamyamlarla karşılaştığını öne sürdüğü ve biber ve altın bulduğu Sumatra'ya 1421'de geçmiştir. Bir yıl burada kalmıştır. Bu süre boyunca altın ve baharat ticaretiyle uğraşmıştır. Daha sonra Malaya Yarımadası'na, oradan sonra Batı Bengal'a geçmiştir. Ayrıca şimdi Burma'da bulunan

Tenasserim'i ve Ganj Deltası bölgesini ziyaret etmiştir. Burma'da Irrawaddy Nehri'nden aşağıya inmiş ve müreffeh şehir Pegu'da durmuştur. Burma'dan sonra Java'ya giden Niccolò burada 9 ay kaldıktan sonra günümüzdeki Vietnam'a, o zamanki adıyla Champa'ya geçmiştir.

Java, seyahatleri boyunca Conti'nin ulaştığı en uzak noktaydı. 1440 yılına doğru Hindistan'a geri dönmüştür. Buradan sonra Aden, Somali, Cidde üzerinden Mısır'a geçmiştir. Yol boyunca Hindistan'ın Malabar Sahili'ndeki durakları arasında Cochin ve Calicut, şimdiki Kozikod vardı. Arap Yarımadası'nın güney kıyısına ve Aden şehrine gitmeden önce Cambay'ı tekrar ziyaret etmiştir. Ayrıca Mekke'nin liman kenti Cidde'de durmuş ve ardından Venedik'e varmadan önce karadan Kahire ve Sina Dağı'na gitmiştir (1444). Hindistan'da tanıştığı ve evlendiği eşi Mısır'da çıkan salgın hastalık sırasında hayatını kaybetmiştir. Dört çocuğuyla İtalya'ya dönmüştür. 1444 yılında Venedik'e dönen Niccolò, saygı duyulan bir tacir olarak hayatına devam etmiştir.

Seyahatlerini içeren eseri 15. asrın oldukça popüler gezi notlarından birisidir. Conti'nin eseri ilk olarak Cristoforo da Bollate tarafından 1492'de Latince basılmıştır. Kısa sürede çoğu Avrupa dillerine çevrilip yeni baskıları yayımlanmıştır. 1857'de R. H. Major tarafından düzenlenen İngilizce çevirisi, *India in the Fifteenth Century* (15. Yüzyılda Hindistan) başlığıyla yayınlanmıştır. Conti'nin seyahat notları Avrupa'da zamanının Hint Okyanusu ve Güneydoğu Asya'sının görünümü hakkında birinci elden önemli bir kaynaktır. Conti'nin vermiş olduğu bilgiler Cenova (1447-1457) ve Fra Mauro (1457) haritalarına ilham vermiştir. Conti eseriyle Ludovico di Vartehema (1510), Macellan'la dünyanın çevresini dolaşan Antonio Pigafetta gibi kâşifleri etkilemiştir.

Francesco Filelfo (1398-1481): Francesco Filelfo, 25 Temmuz 1398 tarihinde İtalya'nın Marche bölgesine bulunan Tolentino'da doğdu. Padua Üniversitesi'nde hukuk, dilbilgisi, retorik ve Latin dili okudu. Aldığı eğitimle büyük bir şöhrete erişti. 1417 yılında henüz 18 yaşında Venedik'te belagat ve ahlak felsefesi öğretmeye davet edildi. Buradaki dersleri dilbilgisi, Latin yazarları, özellikle de felsefe ve belagat ustaları olan Ci-

cero ve Virgil'in anlaşılması üzerineydi. Genç yaşında belagat profesörü olan Filelfo, 1419'da İstanbul'daki Venedik doçuna (elçi) sekreter olarak atandı. Bu göreve atanmasında Venedik Cumhuriyeti'nde kurmuş olduğu siyasi bağlan-tılar önemli rol oynadı.

Filelfo, İstanbul'dayken John Chrysoloras'tan Yunanca dersleri aldı ve bu dili etkin bir biçimde öğrendi. Hocasının kızı Theodora ile evlendi. 1453'te İstanbul'un Osmanlı Devleti tarafından fethi sırasında esir alınan eşinin akrabalarının serbest bırakılması için Osmanlı devlet adamlarına mektuplar yazdı. Mektup yazma alışkanlığından dolayı hayatına dair bilgiler günümüze kadar geldi. Mektuplarından öğrenildiği üzere 1427'de İtalya'ya geri döndü ve önemli Yunan el yazma koleksiyonlarını beraberinde götürdü. 15. yüzyılda anadili gibi Yunanca okuyabilen, yazabilen ve konuşabilen nadir İtalyan hümanistlerden birisiydi. Bunun yanında Türk topraklarını dolaşan ve Osmanlıları yakından tanıma fırsatı bulan kişilerdendi.

İtalya'ya döndüğünde Floransa'da Medici ailesi hizmetinde bulundu. Fakat çeşitli sebeplerden dolayı Medici ailesinden yönetici olan Cosimo ile anlaşmazlığa düştü. Cosimo'nun 1433 yılında Albizzi partisi tarafından sürgüne gönderilmesini destekledi. Ancak Cosimo'nun sürgününün sonlanıp Floransa'ya dönmesiyle Filelfo, Siena'ya gitmek zorunda kaldı ve burada dört yıldan az kaldı. Bir profesör olarak adı bütün İtalya'da duyulmuştu: Düzenli olarak prenslerden ve şehir devletlerinden cazip teklifler aldı. Bunların en çekicisi Milano dükü Filippo Maria Visconti tarafından yapıldı ve teklifi kabul ederek 1440'ta yeni efendisinin idaresi altına girdi. Ardından Papa IV. Sixtus'un Roma'ya hitabet kürsüsüne oturma çağrısını kabul etti. Roma'da yalnız bir yıl geçirdikten sonra Milano'ya döndü. Papa IV. Sixtus'a İtalya'nın güvenliğini tehlikeye atan Medici ailesine yapılan Pazzi komplosunu şiddetle kınayan mektuplar göndererek Medicili Lorenzo'nun yanında olduğunu gösterdi ve Papalık kurumunun da onları desteklemesine yardımcı oldu. Lorenzo da Filelfo'yu Floransa'da Yunanca öğretmeye davet etti ve Filelfo 1481'de Floransa'ya döndü. Ge-

lişinden iki hafta sonra, 83 yaşında dizanteriden öldü.

İstanbul'da bulunduğu süre içerisinde Türkleri tanıma fırsatı bulan Filelfo, Türklerin fetihlerini yakından takip etti ve arkadaşlarına Türklerin hem karada hem de denizde Yunanistan'a karşı oluşturduğu tehlikeler hakkında endişelerini aktardı. Türk ilerlemesinin tehdit ettiği Yunan bilginlerinin, el yazmalarının, dilinin ve kültürünün güvenliği için Osmanlı Türklerine karşı bir Haçlı Seferi başlatılması için hararetli bir kampanya yürüttü. İtalya ve Kuzey Avrupa'daki bir dizi Hıristiyan prense Müslümanlara karşı bir askeri seferin gerekliliği ve faydası hakkında tavsiyelerde bulundu. Filelfo mektuplarında yeni bir haçlı seferi tezini kuvvetlendirebilmek amacıyla tarih, filoloji ve coğrafyanın yanı sıra siyaset, askeri strateji, antropoloji, Osmanlı diplomasisi ve devlet idaresi hakkındaki kendi edindiği bilgilerden çeşitli argümanlar kullandı. Ancak siyasi ve askeri bilgileri belagattaki ustalığı kadar iyi değildi. Bu nedenle Haçlı Seferi çağrıları Avrupa yöneticileri tarafından dikkate alınmadı.

Filelfo, İtalyan Rönesansının en büyük hümanistleri arasında enerjisi ve yaşadığı çağa tam uyumuyla öne çıkmıştır. Enerjisine karşın yazıları ve eski yazarlar hakkındaki bilgileri yüzeysel; yazım tarzı kaba ve retorisi sıradan olarak kabul edilmektedir. Bu yüzden edebi eserlerinin ömrü kısa oldu. Yaşamı boyunca öğretmen ve çevirmen olarak yorulmak bilmeyen faaliyetleri ve bilgi birikimlerini kullanma kolaylığı ile beşeri bilimlere büyük hizmetlerde bulundu. Filelfo, Guarino Veronese'den sonra İtalya'daki ilk önemli Yunanca profesörüydü. Filelfo, keskin zekâsı ve sorgulayıcı bir zihni olan son derece bilgili bir adam, çekici olmayan türden, kavgacı, açgözlü ve aynı şekilde hem övgüye hem de istismara maruz kalmaya hazır, tipik bir saraylı-hümanist olarak tanımlanmaktadır.

Filelfo'nun tam bir baskısı ilk kez Fransızca tercümesi, notları ve yorumlarıyla birlikte 1892'de Paris'te Emile Legrand tarafından yayınlanan Yunanca mektupları, konuşmalar (Paris, 1515) ve hicivleri (Venedik, 1502); "Convivia Mediolanensia" başlığı altında yayınlanan düzyazılı birçok

parçası; ayrıca Yunancadan çok sayıda Latince çevirisi bulunmaktadır.

John Poloner (15. yüzyıl): “*Description of the Holy Land (1421)*” isimli hac rehberinin yazarı olduğu düşünülmektedir. Uzun süre Alman ya da Polonyalı olup olmadığı tartışılmıştır. Eserinde Almanca Klaffern kelimesini kullanması, mesafeleri Alman miliyle hesaplaması, okuyucusuna bir Alman’a kaç İtalyan mili yol gittiğini açıklaması ve ayrıca Filistin’in Kutsal Topraklar’ın bir eyaleti olduğunu, “tıpkı Saksonya ve Lorraine’in Almanya’nın veya Toskana ve Lombardiya’nın İtalya’nın eyaletleri olması gibi” beyanda bulunması onun Alman olduğunu düşündürmektedir. Aziz Thomas arifesinde, 1422’de Beyrut’taki limanda geçirdiği korkunç geceyi anlattığı için, hac tarihi de tahmin edilmektedir: Poloner’i ilginç hâle getiren özelliği Kutsal Toprakların haritasını yapan neredeyse ilk hacı olması gerçeğinde yatmaktadır. Bu harita yok olmuştur. Daha sonra eserindeki bilgilerden hareketle yeniden çizilmiştir.

Giovanni Torzello: Osmanlı topraklarında II. Sultan Murad zamanında Venedikli, Cenovalı ve Floransalı tüccarlara rastlandığına bazı kaynaklar tanıklık etmektedir. 1433’te Anadolu ve İstanbul’dan gelip Balkanlar üzerinden memleketine doğru geri dönerken Forlil Benedetto Folco adında bir Milano elçisiyle Sultan II. Murad’ı Edirne’de sarayında ziyaret eden Burgondiyalı Bertrandon de la Broquiere, seyahatnamesinde aralarından nüfuz sahibi bir Yahudi’nin de bulunduğu bu tüccarlardan bahsetmektedir. Sultan II. Murad’ın sarayında tam 12 sene yaşayan ve 16 Mart 1439’da Floransa’da raporunu, aviso, tamamlayan bir İtalyan hakkında belki de tek bilgi yine aynı seyyahın eserinde yer almaktadır. Bu kişi Giovanni Torsello (Torzello)’ydu. Bilgi toplamak için geldiği Osmanlı topraklarında yıllarca Osmanlı sultanlarının hizmetinde çalışanlardan yalnızca birisiydi. Kendisine “İstanbul’daki İmparatorun şövalyesi, askeri ve mabeyincisi” diyen Torzello, iddiaya göre 12 yıl boyunca Osmanlılar arasında Bizans elçisi olarak görev yaptı. Batı’nın Osmanlılarla nasıl yüzleşmesi gerektiği konusunda Broquiere aracılığıyla Burgondiya Dükü’ne tavsiyelerde bulundu.

II. Murad’ın İtalyan müşavirlerden faydalandığını ve İtalyanları sarayına çektiğini, o zamandan kalma başka kaynaklardan da öğrenmek mümkündür. Anconalı Othman di Lillo Ferducci, II. Sultan Mehmed’e yazdığı ithaf mektubunda iftiharla babası Lillo Ferducci’nin, hemen hemen 24 yılını Türkiye’de geçirdiği ve Gelibolu’daki bir sarayı andıran muhteşem köşkünde, avlanmaya çıktığı vakitler padişahı misafir ettiği, hatta Sultana karşı duyduğu hayranlık dolayısıyla ilk doğan çocuğuna Osmanlı Hanedanı’nın kurucusu olan Osman’ın adını taktığı zamanlarda, II. Sultan Murad nezdinde inanılmayacak derecede bir nüfuza sahip olduğuna işaret etmektedir.

Michault Taillevent: Burgondiya Dükü maiyetinde bir şair olan Michault Taillevent, 1430’da Jura Dağları’nı gezdi ve kişisel görüşlerini, dağ derelerinin gürültülü şelalelerini kaydetti.

Bertrandon de la Broquiere (1400-1459): 1400’de doğduğu tahmin edilmektedir. Adı tarihsel kayıtlarda ilk olarak 1421’de geçmektedir. Bu tarihte Burgonya Dükü III. Philippe le Bon’un sarayında sofraya hizmetkarlarından birisiydi. Zamanla Philippe le Bon’un en güvendiği isim oldu. Bu güvenin de etkisiyle 1432’de Ortadoğu’ya gönderilmiş ve kendisine İslâm devletleri ve giderek güçlenen Osmanlılar hakkında bilgi toplaması emredilmiştir. Bu görev için Şubat 1432’de yola çıkmış; Torino, Bologna ve Floransa üzerinden Roma’ya geçmiştir. 25 Mart’ta Roma’dan yola devam eden Bertrandon, Rimini ve Ravenna yoluyla Venedik’e gelmiştir. Venedik’ten 8 Mayıs’ta hacı adayları taşıyan bir gemiye binmiş, Parenzo, Pola, Zara, Modon, Girit, Rodos ve Kıbrıs rotasını izleyerek Yafa Limanı’nda gemiden inmiştir.

İslam devletleri hakkında istihbarat faaliyetlerinde bulunmak üzere gönderilen Bertrandon Hristiyan hacı kisvesinde Remle üzerinden Kudüs’e geçmiş; kutsal mekânları ziyaret ettikten sonra Akkâ-Beyrut üzerinden Şam’a gelmiştir. Bertrandon Şam’da Müslüman kıyafetleri giymiş, Türkçe cümleleri öğrenmiştir. Hama yoluyla Antakya’ya gitmiş, eserinde yolculuğunun bu kısmını anlatırken Ramazanoğulları ile ilgili bilgiler vermiştir. Adana ve Tarsus üzerinden Toroslar’ı aşırıp Karamanoğlu topraklarına girmiştir. Konya’da

Karamanoğlu İbrâhim Bey'le görüşmüştür. Ak-saray, Iğın, Afyonkarahisar ve Kütahya'dan yoluna devam edip Bursa'da mola vermiştir. Bursa'dan sonra İstanbul'a geçmiş; Bizans İmparatoru VIII. Ioannes Palaiologos ile İmparatoriçe Maria'yla görüşmüştür.

Yolculuğunun birinci senesi dolmak üzereyken 23 Ocak 1433'te İstanbul'dan ayrılmış; Edirne'ye yol almıştır. Edirne'de II. Murad'la görüşmüş; "O memleketini büyük bir dirayetle idare etmektedir; herkes ona itaat eder, o da çok âdildir." diyerek kendisine övgüde bulunmuştur. Edirne'den ayrıldıktan sonra Filibe, Sofya, Niş, Belgrad, Segedin, Budin, Viyana, Münih güzergahını takip ederek Konstanz'a varmıştır. Böylece kara yoluyla gerçekleştirdiği dönüş yolculuğu sırasında Bulgaristan, Makedonya, Arnavutluk, Sırbistan, Macaristan ve Avusturya gibi ülkelerin topraklarını kat etmiştir. Dük Philip'e Kuran'ın Latince bir çevirisi ve gittiği yerlere özgü çeşitli kıyafetler hediye etmiştir. Bertrandon Kuzey Fransa'da Lille'de ölmüş, buradaki Saint Pierre Kilisesi'ne gömülmüştür (9 Mayıs 1459).

Seyahatinin üzerinden 24 sene geçtikten sonra Le Voyage d'outremer (Deniz aşırı Seyahat) başlığıyla hatıralarını kaleme almıştır. Seyahatnamenin dört yazma nüshası olduğu bilinmektedir. Seyahatname metninin tamamı ancak Ch. Schefer tarafından işlenerek yazıldığı devirdeki diliyle 1892'de Paris'te yayımlanmıştır. Bertrandon, Anadolu ve sakinleri hakkında çok ayrıntılı, müspet bir izlenim edinmiş ve bunu da seyahatnamesinde açıkça belirtmiştir: "...Büyük bir refah içinde bulunan Türk köylüleri, Hristiyan köylülerin çoğunun aksine hiçbir zaman yalın ayak gezmezler, dizlerine kadar çıkan sarı çizme giyerler; Türkler erken kalkar ve işlerine erken giderler; sükûnet ve büyük bir gayretle iş görürler; Rumlar, Sırlar ve Bulgarların aksine Türkler, evlerinin kendilerine mahsus olan kısmında evcil hayvan bulundurmazlar; hiçbir Türk temizce yıkanmadan evinden çıkmaz; bir hayvanın yediği yemeği bir Türk yemez; bir tavuk kesmek istediği takdirde bile onu bir müddet temiz yiyeceklerle besler; merhamet sahibi olan Türk, harpte mecburiyet altında insan öldürür; tabiatı sükûti olmasına ve çalışmakla sertleşmiş bulunmasına

rağmen şiir kabiliyeti yüksek, ilme meyil ve istidadı çoktur...".

Giosafat (Josaphat) Barbaro (1413-1494): 1413 Venedik doğumlu diplomat, seyyah ve tüccardır. 1436-1452 ile 1473-1479 arasındaki iki uzun yolculuğu önemlidir. 1436'da, tüccar kimliğiyle Don Nehri deltasında bulunan Tana'ya gitti ve 1450'lerin başına kadar orada kaldı. 1473'te yeni bir yolculuğa çıktı. Bu sefer İran'a gönderilen bir büyükelçiydi. 1479'a kadar İran'da kaldı ve bu konuda ayrıntılı bir resmi rapor yazdı. Uzun Hasan'ı Osmanlı Devleti'ne kışkırtan Venedikli olarak da anılmaktadır. Türkçe ve Farsçayı iyi konuşmaktaydı.

Barbaro, Uzun Hasan'ın Venedik'ten Osmanlı Devleti'ne karşı kullanmak üzere talep ettiği ateşli silahları güven içerisinde İran'a götürmek üzere Venedik Senatosu tarafından 1473'te elçi sıfatıyla yollanmıştı. Bu göreve getirilmesinde uzun yıllar Tana'da kalması ve yerel dilleri iyi bilmesinin rolü vardı. Yola Pietro Mocenigo ve Hacı Mehmed'le çıktı. İlk olarak Kıbrıs'a geldi. Bir müddet Magosa'da bekledi. Akdeniz'de Karaman sahillerini gezdi. Karamanoğlu Kasım Bey'i gördü. Toroslar üzerinden Çukurova'ya geçti; oradan Urfa, Mardin, Hasankeyf, Hoy üzerinden Tebriz'e geçti. Dönüşü 1478'de Erzincan, Arapgir, Çemişgezek, Malatya, Halep, Trablusşam, Beyrut, Kandiye, Kıbrıs ve Venedik güzergâhından oldu.

"*Di messer Iosofat Barbaro, gentliuomo veneziano, il viaggio della Tana e Persia*" adlı seyahatnamesi önemlidir. Seyahatname iki kısımdır. Birinci kısımda Tana'ya, ikinci kısımda İran'a yolculuğunu anlatmıştır. Seyahatnamesinde Anadolu, Azerbaycan ve İran'daki insanların kıyafetleri, yiyecekleri ve inanışlarını merkeze almıştır.

Pe(d)ro Tafur (1410-1484): Endülüslü Pero Tafur, İspanya'dan Doğu Akdeniz'e gitti ve geri döndü. Ziyaret ettiği yerler arasında Mısır, Karadeniz bölgesi ve Bizans'ın elinde son günlerini yaşayan İstanbul vardı. 1410-1484 arasında yaşadı. Uzun seneler boyunca İspanyolların Müslümanlarla savaşında yer aldı. 1435'teki Kastilya-Gırnata barışı, Tafur'un doğuya seyahatinin yolunu açtı.

Tafur'un seyahatini yaptığı sıralarda, Bizans, Osmanlı tehdidine karşı Katoliklerle birleşmek için çaba sarf ediyordu. Öte taraftan Osmanlıların Avrupa'daki ilerlemesi Batı'nın tek başına altından kalkabileceği bir durum olmaktan çıkmıştı. Bu durumda Bizans ya da Batı için Osmanlılara karşı müttefikler bulunması önemliydi. Başlıca müttefik adayları olarak Karamanoğulları ve Memlukler görülmekteydi. Bu bakımdan Tafur'un geçtiği yolları Latinlerin bu müttefiklik arayışıyla ilişkilendirmekte yarar vardır. Tafur, Cadiz'den yola çıkmıştır. Granada Krallığı ve İspanyol kıyılarını takip ederek önce Nice'e, oradan sırasıyla Pisa, Floransa ve nihayet Hac yolculuğunun başlangıç noktası olan Venedik'e ulaşmıştır. Burada gemilerin hava koşulları nedeniyle yola çıkamaması üzerine İtalya'nın iç bölgelerini kapsayan bir geziye çıkmıştır. Hava koşulları iyileşince bir hacı gemisiyle Kudüs'e hareket etmiştir. Kudüs'teki haccın ardından Beyrut, Antakya, Kıbrıs ve Kahire'ye gitmiştir. Bir müddet Memluk topraklarında dolaştıktan ve burada bulunan Niccolo Conti ile görüştüktan sonra Kıbrıs, Rodos, Sakız, Çanakkale ve Gelibolu üzerinden İstanbul'a geçmiştir. Bir ara Osmanlı padişahı II. Murad'ı görmek üzere Edirne'ye gitmiştir. İstanbul'dan Kefe'ye geçmiştir. Dönüşünde Bursa'ya uğramıştır. 22 Mayıs 1438'de Venedik'e dönmüştür.

Tafur, seyahatini günlüğüne kaydetmiş, ülkesine döndükten sonra bu notları temize çekmişti. Eseri, *Tratado de las andanças e viajes veya e viajes de Pedro Tafur por diversas partes del mundo avidos* (Pero Tafur'un Dünyanın Farklı Yerlerine Gerçekleştirdiği Kara ve Deniz Yolculukları) adıyla bilinmektedir.

Abdürrezzâk es-Semerkandî (ö. 887/1482): İranlı tarihçidir. Herat'ta 1413'te doğmuştur. 1441'de Timurlu hükümdarı Şâhruh'un elçisi olarak Hindistan'a gitti. Sırasıyla Kalikut ve Vijayanagar'da görüşmeler yaptıktan sonra 1443'te Herat'a geldi. 1446'da Gîlân'a elçi olarak gönderildi. Bu görevin bitiminde Mısır'a yollanacak elçi kâfilesinin başına getirildi. Şâhruh'un ölümüyle bu görev iptal edildi. Sultan Şâhruh'un ölümünden sonra sıra ile Mirza Abdüllatif, Mirza Abdullah, Mirza Ebû'l-Kâsım Bâbür ve Mirza Ebû Saîd'in hizmetlerinde bulundu. 1454'te Sul-

tan Ebû Saîd'in hizmetindeyken Semerkant'taki şeyhi Hâce Nâsirüddin Ubeydullah'ı ziyaret etti. Bir müddet sonra Herat'a dönerek inzivaya çekildi. 1304-1470 yılları arasında İran, Horasan ve Hindistan'da meydana gelen olayları anlatan "*Matla-ı Sadeyn ve Mecma-ı Bahryn*" isimli eseri önemlidir.

Konstantin Mihailoviç (1435?-1501): Sırp asıllıdır. 1455'te Niş yakınlarındaki köyünden Türkler tarafından alınıp İstanbul'a götürüldü. Yeniçeri Ocağı'na kaydedildi. Fatih Sultan Mehmed zamanında Belgrad Kuşatması'nda, 1458 Mora, 1461 Sinop ve 1461 Trabzon seferlerinde yer aldı. Mihailoviç 1463'te, Macarlar tarafından esir edildi. Özgürlüğüne kavuşunca Bohemya ve Polonya'ya geçti. Mihailoviç, Osmanlı İmparatorluğu'nda bulunduğu süre zarfında yaşadıklarını yazdırdı. Hatıratında, on yıldan az hizmetinde bulunduğu Osmanlıların inancı, kurumları, kuruluşundan II. Bayezid'e kadar hanedanın tarihini, kimi ikinci elden anlatıları, gelenek-göreneklerini kayda geçirdi. Mihailoviç'in eseri Osmanlı Devleti'nin Fatih zamanındaki durumunu bir yeniçerinin gözünden vermesi bakımından önemlidir.

Nestor İskender (15. yüzyıl?): 1453 yılında İstanbul'un fethinin görgü tanıklarından biri olduğu öne sürülen ancak gerçek yaşamda yaşayıp yaşamadığı bilinmeyen Rus asıllı bir karakterdir. Böyle bir karakterin varlığı, Nestor İskender tarafından 15. yüzyılda yazıldığı düşünülen ve 1886 yılında Arşimandrit Leonid tarafından Troitse-Sergiyeva Manastırı'nda gün yüzüne çıkarılan "*Çar Şehrinin Hikâyesi (Şehrin Kuruluşu ve 1453 Yılında Türkler Tarafından Alınışı)*" adlı el yazmasıyla gündeme gelmiştir. Nestor İskender, el yazmasının son sözünde kendisinin de belirttiği gibi, küçüklüğünde Türkler tarafından esir alınmış, burada Müslüman yapılmış, uzun yıllar askeri seferlere katılmış ve son olarak da Osmanlılarla birlikte İstanbul'un kuşatmasında yer almıştır. Fetihden sonra Nestor İskender'in akıbeti hakkında hiçbir bilgi yoktur. Yazarın, görgü tanığı sıfatıyla kuşatma anında hem Türk karargâhında hem de şehir tarafında yaşananları ve uygulanan taktikleri aynı anda ve ayrıntıla-

ryla bilmesi, araştırmacıları bilgi kaynağı konusunda düşünmeye zorlamıştır. Nestor İskender yaşadığı mı yaşanmadığı bilinmese de araştırmacılar söz konusu eserin böyle bir karakterin günlüklerinden hazırlandığı konusunda hemfikir gözükülmektedirler.

Niccolo Barbaro (15. yüzyıl): Hayatı hakkında çok bilgi yoktur. 1451-1453 yıllarında İstanbul'da yaşamıştır. İstanbul'da Venedik Cumhuriyeti'ne ait gemilerdeki personelin hekimi olarak görevlidir. 1452'den itibaren şehrin Türkler tarafından kuşatılmasına ve 29 Mayıs 1453'te fethine şahit olmuştur. Yaşadığı olayları anlatan ve hayli ayrıntılı olan hatıraları İstanbul'un fethinin en değerli kaynaklarından. Aynı zamanda İtalyanların ve bilhassa Venediklilerin şehrin savunmasındaki Bizans'a katkıları hakkında da güvenilir bilgiler vermektedir. Eseri günlük biçiminde 2 Mart 1451-29 Mayıs 1453 tarihleri arasında yazılmış olup Barbaro Venedik'e döndükten sonra yeniden kaleme alınmıştır.

John Capgrave (1393-1464): İngiliz tarihçi ve ilahiyatçıdır. Çalışmaları, zamanının edebi zevklerini ve koşullarını iyi bir şekilde yansıtmaktadır. Kariyerine rahip olarak başlamıştır. Oxford Üniversitesinde teoloji dersleri vermiş ve daha sonra memleketi Lynn'deki Augustinerinden keşişlerine katılmıştır.

Capgrave, Orta Çağ İngiltere'sinin en üretken yazarlarından biri sayılmaktadır. Günümüze ulaşan en eski eseri, kendisine atfedilen birçok Latin teolojik risaleden biri olan Yaratılış üzerine bir Latince yorumdur. Kendisine atfedilen diğer risalelerin çoğu kayıptır. Premonstratens tarikatının kurucusu Saint Norbert of Xanten'in şiiresel hayatını anlatan Orta İngilizce'deki bilinen ilk eserini 1440'ta meydana getirmiştir. Bunu daha fazla azizin hayatı izlemiştir. Capgrave'in azizlerin hayatları ve tarihe odaklanan eserleri yanı sıra 1450'de kendi hacından kısa bir süre sonra tamamladığı "The Solace of Pilgrims (Hacıların Avuntusu)" eseri de önemlidir.

Capgrave'in The Solace of Pilgrims eserinde sahne 15. yüzyılın Altın Roması'dır. Kitapta anlatıldığına göre Roma, mimari çekiciliği ve dinî öneminin büyüklüğüyle hacıları çeken bir mıknaştır.

gibidir. Austin keşişi John Capgrave güzergahı üzerinde bulunan kutsal yerleri de ziyaret ederek 1450'deki jübile (bağışlanma yılı) için Roma'ya gitmiştir. Solace of Pilgrimes kitabı sonraki hacılar için bir rehber olması amaçlanarak, yazarın kendi hac ziyaretinin ardından yazılmıştır. Üç bölümde antik anıtları, yedi ana kiliseyi ve İngiltere-Roma arasındaki ziyaret yerlerini ve özellikle Kutsal Bakire Meryem'e adanan diğer önemli kiliseleri anlatır. Eser, Orta İngilizce'de Roma'nın en iddialı tasviri olarak tanımlanır. Çoğunlukla 1450'deki Jübile'den biraz daha sonraki bir döneme ait olan çizimler, Capgrave'in neler gördüğüne dair görsel ipucu vermeyi amaçlar.

Alvise Cadamosto (1432-18 Temmuz 1488): Venedikli bir kâşif ve köle tüccarıydı. Portekizli Denizci Prens Henry tarafından istihdam edildi ve 1455 ve 1456'da Cenevizli kaptan Antoniotto Usodimare eşliğinde Batı Afrika'ya iki seyahate çıktı. Cadamosto ve arkadaşları, Cape Verde Adaları'nın keşfiyle tanınırlar. Gine kıyısı boyunca, Gambiya Nehri'nden Geba Nehri'ne (Gine-Bissau'da) kadar olan noktalar, Henri keşiflerinde 1446'dan beri Portekiz için en büyük sıçrama kabul edilir.

Alvise, adının türetildiği Venedik Büyük Kanalı üzerindeki bir saray olan Ca'da Mosto'da doğdu. Babası Venedikli bir memur ve tüccar olan Giovanni da Mosto ve annesi Venedik'in önde gelen aristokrat ailesinden Elizabeth Querini idi. Alvise, üç erkek kardeşin en büyüğüydü ve küçük erkek kardeşleri Pietro ve Antonio adındaydı.

Alvise, oldukça genç bir yaşta, Akdeniz'de Venedik kadırgalarıyla yelken açan bir tüccar maceracı olarak öne çıktı. 1442'den 1448'e kadar, kuzeni Andrea Barbarigo'nun ticari temsilcisi olarak Venedik kadırgalarında Berberi Sahili ve Girit'e çeşitli yolculuklar yaptı. 1451'de İskenderiye'ye giden bir kadırgadaki deniz birliklerine subay olarak atandı. Ertesi yıl, aynı pozisyonda bir Venedik kadırgasında Flanders'a hizmet etti. Döndüğünde, ailesini gözden düşmüş ve bütün servetine el konulmuş olarak buldu. Bir rüşvet skandalında yakalanan babası Venedik'ten sürgün edilmişti. Modena Düklüğü'ne sığınmak zorunda kaldı.

Ağustos 1454'te, 22 yaşındayken, Alvise ve erkek kardeşi Antonio, Marco Zen'in kaptanlığında Flanders'a giden bir Venedik tüccar kadırgasına bindiler. Dışa doğru yolculukta, kadırga Portekiz'in St. Vincent burnu yakınlarında kötü hava nedeniyle beklemek zorunda kaldı. Havanın iyileşmesini beklerken, yakınlardaki Sagres'te oturan Portekiz Prensi Denizci Henry, sekreteri Antao Gonçalves ve yerel Venedik konsolosu Patrizio di Conti liderliğindeki birkaç ticari temsilcisini mahsur kalanların yanına gönderdi. Venedikli tüccarlar, prensin Madeira adasından şeker ve diğer mallar için ticaret sözleşmeleri için iştahlarını kabartırken Henry'nin Afrika'daki son keşiflerinden haberdar olan Cadamosto, "bu yeni keşfedilen bölgeleri ziyaret etme arzusuna kapıldı." Onun adına bir keşif gezisi yapmak için Prens Henry'ye başvurdu. Henry kendisini hemen işe aldı.

İlk Yolculuk (1455): Alvise Cadamosto, 22 Mart 1455'te Prens Henry tarafından sağlanan 43 tonluk bir karavelde, gemi kaptanı Vicente Dias ile yola çıktı. Cadamosto, batı Afrika kıyılarında Senegal Nehri'nin ağzına doğru yol aldı. Güneye doğru ilerleyen Cadamosto ve sonradan kendisine dâhil olan Usodimare, Haziran sonu veya Temmuz'un başında nihayet Gambiya Nehri'nin ağzını keşfettiler.

İkinci Yolculuk (1456): Cadamosto, Mayıs 1456'da, bu sefer yalnız değil, Antoniotto Usodimare ve Prens Henry'nin başka bir hizmetkârı olan ismi kayıtlara geçmeyen bir Portekizli kaptanla birlikte tekrar Lagos'tan demir aldı. Üç gemi, doğrudan Gambiya Nehri'ne yelken açmak niyetiyle yola çıktı. Bu defa Cape Verde adalarını keşfettiler. Batı Afrika kıyıları boyunca önemli keşiflere imza attılar.

Cadamosto'nun hamisi Prens Henry, Kasım 1460'ta öldü. Afrika ticareti üzerindeki tekel Portekiz tacına geri döndü ve operasyonları yavaş yavaş Lagos'tan Lizbon'a devredildi. Muhtemelen yeni düzende kendisi için bir gelecek göremeyen Cadamosto, Portekiz'den ayrıldı ve 1463 Şubat'ında Venedik'e döndü. Cadamosto'nun yanında notlar, günlükler ve birkaç deniz haritası getirdiğine inanılmaktadır. Cadamosto bunları 1460'ların ortalarında ünlü Navigazioni'sini

oluşturmak için kullandı. Navigazioni, Portekiz keşiflerini ve Prens Henry'yi yüceltmenin yanı sıra, Portekiz'in üç keşif seferinin ayrıntılarını içermektedir. Bunlar Cadamosto'nun 1455 ve 1456'daki kendi seferleri ve 1462'de Pedro de Sintra'nın seferleridir.

Denizci Henry'nin himayesinde gerçekleştirilen Portekiz keşiflerini inceleyen tarihçiler için Alvise Cadamosto'nun Navigazioni'si paha biçilmez bir tarihsel kayıttır. Cadamosto'nun anlatımları, Gomes Eanes de Zurara'nın vakayinamesi ve Diogo Gomes'in anılarıyla birlikte Henry'nin yönlendirdiği keşiflerin çağdaş yazılı kayıtlarını oluşturmuştur.

Cadamosto'nun notları, kendisinden yaklaşık bir yüzyıl önce Arap tarihçi İbn Battuta'nın kat ettiği ülkelerin sınırlarının ötesinde, Senegambiya bölgesinin ilk yazılı tarihsel kayıtlarıdır. Cadamosto, Batı Afrika hakkında çağdaş Avrupa bilgisinin bir özetini vermiştir. Mali İmparatorluğu'nu (Melli) ve Sahra-ötesi ticaretini anlatmıştır. Hatta Avrupalıların çoğu Afrika'daki filleri ilk defa onun eserinden duymuştur. Berberi kervanlarının Sahra tuzunu Teghaza (Tegazza)'dan Timbuctu'ya (Tombutto) taşınması ve bu iki ürünün dilsiz takas sistemiyle değiş tokuş edilmesi de Navigozi'nin satırları arasında yer almaktadır.

Antoniotto Usodimare (Usus di Mare) (1416-1462): Portekiz Prensi Denizci Henry'nin hizmetinde Cenevizli bir tüccar ve kâşifti. Alvise Cadamosto ile Usodimare, 1455 ve 1456'da bilinen iki yolculukta Batı Afrika kıyılarının büyük bir bölümünü keşfetti. Özellikle Cape Verde adalarını ve Gambiya Nehri'nden Geba Nehri'ne (Gine-Bissau'da) Gine kıyılarını keşfettiler.

Antoniotto Usodimare Ceneviz'de tanınmış bir tüccardı. Ceneviz darphanesinin yöneticisi ve Banco di S. Giorgio'nun hissedarıydı. Ancak kısa sürede işleri kötüye gitti. 1450 civarında alacaklılarından kaçmak için önce Sevilla'ya, sonra Lizbon'a gitti. Sonunda Portekiz Prensi Henry'nin hizmetine girdi ve Batı Afrika kıyısındaki kârlı Portekiz ticaretine girerek servetini hızla geri kazanabileceğini ve borçlarını ödeyebileceğini umdu.

Antoniotto Usodimare, 1455 senesi başlarında, Prens Henry tarafından kendisine tahsis edilen bir Portekiz karaveli ve prensin Portekizli bir yaverinin yönetimindeki başka bir karavelle birlikte yola çıktı. Yol boyunca, Haziran 1455'te Cape Vert yarımadasının çevresinde, yine Henry'nin hizmetinde olan Venedikli bir kaptan olan Alvis Cadamosto'ya rastladı. Haziran 1455'te güçlerini birleştirdiler ve ortaklaşa Gambiya Nehri'nin ağzında ilerlemeye başladılar. Ancak, nehrin yukarısındaki yerlilerden gelen güçlü düşmanlıkla karşılaşan gemiler Portekiz'e döndü. Antoniotto Usodimare, Cenova'daki alacaklılarına 12 Aralık 1455 tarihli ünlü mektubunu burada yazdı. Gambiya seferini oldukça abartılı bir şekilde anlattı ve oraya bir sonraki seferinde, borcunu ödeyecek kadar para kazanacağına dair söz verdi.

Antoniotto Usodimare, Alvis Cadamosto ve ismi kayıtlara geçmeyen üçüncü Portekizli bir kaptanla birlikte 1456 Mayıs'ında yeniden yola çıktı. Yol boyunca, bir fırtınadan kaçınmak için Senegambiya kıyılarından uzaklaştılar ve Cape Verde adalarını keşfettiler. Issız adaları ilgi çekici bulmayarak kıyıya döndüler ve bir kez daha Gambiya Nehri'ne doğru yola çıktılar. Bu sefer nehre girişlerine karşı düşmanca bir muhalefet bulmadılar. Muhtemelen akıntıya karşı 100 km yol boyunca yelken açtılar ama nehrin yukarısında bulmayı umdukları altın veya melegueta biberine rastlayamayınca hayal kırıklığına uğradılar. Daha fazlasını keşfetmeye kararlı olan Antoniotto ve Cadamosto, daha önce bilinmeyen Gine kıyıları boyunca güneye doğru yola çıktılar ve Casamance Nehri'nin ağzını, Cape Rokso'yu, Cacheu Nehri'ni keşfettiler ve Geba Nehri ve Bijagos Adaları'nın (modern Gine-Bissau) halicine kadar ulaştılar. Daha sonra tekrar Portekiz'e yelken açtılar. Görünüşe göre ikinci keşif, Antoniotto Usodimare'nin kısa bir süre sonra Cenova'ya döndüğü dikkate alınır alacaklılarına ödeme yapması için yeterince kârlı çıktığını göstermektedir. 1458'de Usodimare, Marchionni ticaret evinin bir temsilcisi olarak Karadeniz'deki Ceneviz kolonisi Kefe'ye gitti. 1462'de öldü.

Usodimare'nin yolculukları kadar mektupları da önemlidir. Bilhassa Cenova'daki alacaklılarına yazdığı ilk mektubu Afrika kıyılarındaki Portekiz keşifleri hakkında bazı önemli ipuçları içermektedir. Antoniotto Usodimare, ilk seferinden dönüşünde, bu yolculuğu hakkında biraz abartılı olsa da Cenova'daki alacaklılarına 12 Aralık 1455 tarihli ünlü bir mektup yazarak onları bilgilendirdi. Mektubunda Cadamosto'dan bahsetmemiş ve bunun yerine tek başına Gambiya Nehri'nin derinliklerine yelken açtığı izlenimini vermiştir. Mali İmparatorluğu'nun taht merkezinden birkaç gün sonra Aziz John'un (Etiyopya İmparatorluğu) topraklarına seyahat mesafesi içinde olduğunu söylemiştir. Usodimare, Gambiya kıyılarındaki Ceneviz kökenli bir adama rastladığını iddia etmiştir. Görünüşe göre bu kişiler 1291 keşif seferinden kurtulanların soyundan olan Vandino ve Ugolino Vivaldi'ydi.

Antoniotto Usodimare alacaklılarına "Gambiya Kralı ile bir barış anlaşması müzakere etmek üzere olduğunu ancak Portekiz kralı geri çağırıldığı için döndüğünü öne sürmüştür. Alacaklılarının ilgilendiği noktaya göre, Usodimare, ikinci yolculukta borcunu tamamen ödemek için yeterli para kazanacağını tahmin ediyordu. Usodimare'nin bozuk Latince yazılmış mektubu, 1800 civarında, Cenova'da ikâmet eden İsveçli bir tüccar olan Giacomo (Jacob) Graberg'in bir el yazmasında, kentin arşivlerinde, 15. yüzyıldan kalma bir Ceneviz tarafından bir araya getirilen üç belgeden birinin parçası olarak keşfedildi. Haritacı Barthelemi Pareto, yeni bir portolan haritasının yapımına rehberlik edecek unsurlar olarak bu mektubu 1802 civarında kullandı.

William Wey (veya Way) (1407-1476): İngiliz gezgin ve yazardır. 1407'de Devon'da doğdu ve Oxford'da eğitim gördü. 1456'nın başlarında, Eton'dan yola çıkarak Santiago de Compostela tapınağına hac yolculuğuna başladı. Kutusal yerlere ikinci hac için 1458'de Venedik'ten ayrıldı. Yafa'ya ve Kudüs'e ulaştı. 1462'de Wey, İngiltere'den Venedik'e vardı; Filistin'e ikinci bir ziyaret için Eton'dan hareket etti. Wey, Avrupalı hacılar hakkında oldukça ayrıntılı ve ilginç bir anlatım bırakmıştır.

Pedro de Sintra: Liberya ve Sierra Leone'yi keşfeden ilk Portekizli ve Avrupalı kâşifti. Batı Afrika kıyılarını keşfeden ilk Avrupalılar arasınday-

di. 1461'de Batı Afrika kıyılarına sefer yaptı. Liberya kıyısındaki büyük bir kaya burnuna Cabo do Monte; 1462 civarında Sierra Leone'ye ulaştı ve buraya aslan dağı anlamına gelen adını verdi. De Sintra, Sierra Leone'den Benin Krallığı'nın büyüdüğü Nijerya'ya yaptığı seferle yolculuğuna devam etti. Benin sokaklarını geniş ve temiz olarak nitelendirdi; Benin Avrupa'da karşılaştığı hiçbir şeye benzemiyordu. Ayrıca insanları iyi giyimliydi.

Afanasy Nikitin (öl. 1474): Rus tüccar, seyyah ve yazardır. Volga Nehri'nin üst kısmında bulunan Rus şehri Tver'den bir tüccardı. İran üzerinden Hindistan'a seyahat etmiş ve bir buçuk yıldan fazla bir süre Hindistan'da yaşamıştır. Hazar Denizi, Hint Okyanusu ve Karadeniz'den ilerleyip Rusya'dan Türk ülkelerine giden ilk Rus tüccar ve seyyahdır. Nikitin Osmanlıların İstanbul'u fethettiği; çağdaşı olan Akkoyunlu, Karakoyunlu, Timurlularla bir Türk cihan hakimiyeti savaşının içerisinde olduğu, Hindistan'da Behmenli Sultanlığı'nın egemen olduğu bir zaman diliminde seyahatine çıkmıştır. Dönüş yolunda Tver'den çok uzakta olmayan Smolensk yakınlarında bir yerde ölmüştür. Nikitin, seyahatle ilgili metinlerinde, Hıristiyan tüccarlara İpek Yolu'nda seyahat ederken ve ticaret yaparken İslami inançlara sahip olmalarını tavsiye etmesiyle de tanınmaktadır. Seyahatnamesi "A Journey Beyond the Three Seas, Travel Notes During His Journey to India in 1466-1472" adıyla İngilizceye de tercüme edilmiştir. Rus edebiyatının ilk örneklerinden olan bu seyahatname 15. yüzyılda Rusya, İran, Hindistan ve Türkiye coğrafyasında Türk hakimiyetini ve Türk dilinin yaygınlığını göstermiştir. Nitekim yazar seyahatnamesinde Türkçeyi de kullanmıştır.

Nikitin, ticaret için memleketi Tver'den ayrıldı. Rus Knezi III. İvan'dan (1462-1505) aldığı izinle seyahatine başladı. Yolculuğunda mihmandarı Şirvanşahlı Tatar elçi Hasan Bey'di. Volga Nehri boyunca seyahat etti ve Tatarların Astarhan yakınlarında saldırmasına ve onu soymasına rağmen Derbent'e ulaşmayı başardı. Derbent'ten Rusya'ya geri dönmek istedi. Bunu başaramayınca Hazar Denizi'ni geçip Bakü'ye ve daha sonra İran'a doğru yoluna devam etti. Bir yıl İran'da

yaşadı. 1469 baharında Hürmüz şehrine geldi ve ardından Arap Denizi'ni geçerek ve yol boyunca birkaç uzun konaklama yaparak üç yıl yaşayacağı Hindistan'daki Behmenli Sultanlığı topraklarına ulaştı. Eserinde anlattığına göre, yol boyunca geçimini at ticareti yaparak kazanmıştır. Behmenli topraklarında bulunduğu sırada "Hinduların Kudüs'ü" olarak adlandırdığı Perwatum'daki Hindu tapınağını ziyaret etmiştir.

Yola koyulduklarında Astarhan Hanı Kâsım Han, Nikitin'in bulunduğu gemideki mallara el koydu. Yola çıkmayı başardıklarında bu defa gemileri Dağıstan yakınlarında karaya çarpıp parçalandı. Kaytaklar tarafından yağmalandılar. Bütün bu olumsuzluklar üzerine Nikitin'le yola çıkan çoğu Rus tüccar geri döndü. Nikitin her şeye rağmen yola devam etti. Nikitin Bakü'ye, kısa süre sonra Hindistan'a gitti.

Nikitin, seyahatine başladığında yaşadığı sorunların benzerlerini ülkesi Rusya'ya dönüş yolunda da yaşamıştır. Fatih Sultan Mehmed'le Akkoyunlu Hasan arasındaki Otlukbeli Savaşı (1473) dönüşünü zora sokan faktörlerden birisi olmuştur. Bu nedenle ancak üçüncü teşebbüsünde Kırım'a ulaşmayı başarmıştır. Kendi ifadesiyle tanrının merhameti sayesinde üçüncü denizi geçmek de mümkün olmuştur. Ancak doğduğu şehir Tver'e varamamıştır. Zira 15. yüzyılın ikinci yarısına ait Rus kroniklerinin ifadesine göre memleketine kavuşmadan Smolensk şehrinde ölmüştür.

Nikitin, gezisini anlattığı seyahatnamesini Hindistan'da yazmaya başlamıştır. Kırım'ın Kefe şehrinde tamamladığı tahmin edilmektedir. Yol arkadaşları Nikitin'in ölümünün ardından bu notları Moskova'ya götürmüşlerdir. 1475'te III. İvan'ın katiplerince düzenlenen seyahatnamenin orijinal yazmaları kaybolmuştur. Seyahatname, 1817'de Rus tarihçilerinden Nikolay Mihayloviç Karamzin (1766-1826) tarafından Troitse Sergiyev Manastırı'nda gün ışığına çıkarılmıştır. Seyahatnamesinde pek çok Türkçe, Arapça, Farsça kelime/cümle yazmış ve yolculuğu esnasında Kazan Hanlığı, Astarhan Hanlığı, Akkoyunlu Devleti, Timurlu Devleti, Behmenli Türk Sultanlığı, Osmanlı Devleti, Kırım Hanlığı topraklarını ziyaret etmiştir. Nikitin gezisi sırasında Hindistan'ın nüfusunu, sosyal sistemini, hükümetini, fillere

takviye edilmiş ordusunu, ekonomisini, dinini, gündelik yaşamını, halkının adetlerini ve doğal kaynaklarını incelemiştir. Bu açıdan Nikitin'in seyahatnamesi Hindistan hakkında değerli bir bilgi kaynağıdır. Hürmüz, Cambay, Calicut, Dabhol, Seylan, Pegu ve Çin ticareti hakkındaki görüşleri önemlidir. Hindistan'da kaldığı sürece kendi dininin kutsal günlerini unutmakla kendisini eleştirmiştir. Bir zaman sonra Müslümanlarla beraber oruç tutmaya, dua etmeye başlamıştır. Ramazan'da içkiye ve cinsel hazlarına ara vermiştir. Öyle ki civarda Hoca Yusuf Horasani ismiyle anılmış; ancak ne Hristiyan ne Müslüman olarak kabul edilmiş, tuhaf bir duruma düşmüştür.

1955'te, dönemin Sovyetler Birliği başkanı olan Kruşçev Hindistan'ı ziyarete gitmiştir. Ziyaret sırasında Hindistan başbakanı Jawaharlal Nehru, Rusya'daki Nikitin heykelinden bahsetmiş, övgülerini sunmuştur. Böyle bir heykel yoktur aslında. Kruşçev döner dönmez Nikitin'in heykelinin yapılmasını ve Jawaharlal Nehru'nun ziyaretinden önce bitirilmesini istemiştir. Yine bu dönemde Sovyet-Hint ortak yapımı olarak Nikitin'in hayatı, yani seyahatnamesi 1958'de *Journey Beyond Three Seas (Pardesi)* (Üç Deniz Ötesine Seyahat) adıyla beyaz perdeye aktarılmıştır. 2006 yılına gelindiğindeyse aralarında gezgin Phalguni Matilal ve tarihçi Hari Vasudevan'ın da olduğu 14 kişilik Hint-Rus bir grup muhteşem bir işe imza atarak Nikitin'in seyahatini, aynı rota üzerinden yeniden gerçekleştirmiştir. Bu gezi, 12 Kasım 2006'da başlayıp 16 Ocak 2007'de biten, Tver-İran arasında 2000 kilometrelik bir mesafeyi kapsamıştır.

Caterino Zeno: Venedikli diplomattır. Uzun Hasan'ın karısı Despina Hatun'un yeğeniyle evlenmiştir. 1471'de Venedik Senatosu tarafından Akkoyunlulara elçi olarak yollanmıştır. Ayrıca, bu görevdeyken, Uzun Hasan tarafından Polonya ve Macaristan'a, Osmanlı Devleti'ne karşı ittifak kurulması amacıyla gönderilmiştir. Zeno'nun son yıllarına dair pek bir şey bilinmemektedir ancak elçiliğinden dolayı Onlar Meclisi'ne seçilmiştir. Kendisinin "Dei commentarii del viaggio in Persia" adlı bir eseri vardır. Bu eserde, Akkoyunluların Tebriz'i ele geçirmesi, Trabzon Rum İmparatorluğu ve Venedik Senatosu ile ittifak

kurulması, Karamanoğulları ile siyasî ilişkileri, Yûsuf Mîrzâ'nın Anadolu seferi ve şehzade Mustafa ile olan mücadelesi, Tercan'daki Akkoyunlu zaferi, Otlukbeli Savaşı, Osmanlıların Akkoyunlu kalelerini alışı, yazarın Uzun Hasan tarafından Avrupa'ya gönderilişi, Uğurlu Mehmed'in isyanı ve Fatih Sultan Mehmed ile ittifak kurması konuları hakkında bilgiler bulunmaktadır. Bu seyahatname Ramuzio'nun "Navigazioni e Viaggi" adlı antolojisinde geçmektedir. Bu eser Charles Grey tarafından İngilizceye, Tufan Gündüz tarafından da Türkçeye çevrilmiştir.

Giovanni Maria Angiolello (1451-1525): Giovanni Maria Angiolello, Bologna kökenli soylu bir aileye mensup olarak 1451'de Vicenza'da doğmuştur. Yazar ve askerdir. Türkçeyi ileri bir seviyede bilmektedir. 1470'te Venedik'in elinde bulunan Eğriboz adasının Osmanlılar tarafından alınması sonucunda kardeşi Francesco ile esir düştü. Kardeşi öldürüldü, kendisi tutuklandı. Bir süre tutuklu kaldıktan sonra İstanbul'a götürüldü. II. Mehmed (Fatih)'in oğullarından Şehzade Mustafa'ya hizmet etmek üzere görevlendirildi. Şehzade ölünce Osmanlı maliyesinde istihdam edildi. Maliyede 1475-1481 yılları arasında görevde kaldı, paralar konusundaki dehasıyla öne çıktı. Fatih zamanında Osmanlıların Uzun Hasan'la yaptığı savaşlara katılmış; padişahın Kırım, Arnavutluk, Boğdan ve Bosna seferlerinde yer almıştır. II. Bayezid'in hizmetindeyken 1488'de ülkesine dönmüştür. İran'a gitmiş ve 1499 ile 1515 yılları arasında burada yaşamıştır. Tebriz'de tüccar olarak ve Venedik Senatosu'na hizmet ederek Akkoyunlu hükümdarı Yakup Bey'in divanında bulunmuştur. Hayatının son yıllarını Vicenza'da geçirmiştir.

"Breve narratione della vita et fatti di Ussuncassano re di Persia (Vicenza 1490) (İran'da Uzun Hasan'ın Hayatı ve Faaliyetlerinin Kısa Hikâyesi)" adlı eseri önemlidir. Bu eserde Karamanoğulları Beyliği, Osmanlı ve Akkoyunlu Devleti arasındaki siyasî ilişkilerden, Yûsuf Mîrzâ'nın Anadolu seferi ve şehzade Mustafa ile olan mücadelesinden, Osmanlıların Akkoyunlulara karşı sefere çıkışından ve sefer esnasında nasıl bir ordugâh düzeni kurduklarından, iaşelerini nasıl sağladıklarından, Tercan'daki Akkoyunlu

zaferinden, Otlukbeli Savaşı'ndan, Osmanlıların bazı Akkoyunlu kalelerini alışından ve de Uzun Hasan'ın, Gürcistan seferinden bahsetmektedir. Bir diğer eseri Eğriboz'un Osmanlılar tarafından fethini ve seyyahın İstanbul'a getirilişini ve Osmanlı Devleti'nin çeşitli yönlerini anlattığı Viaggio di Negroponte (Eğriboz Seyahatnamesi)dir.

Hans von Waltheym (1422-1479): Halle'den bir Alman asilzadesidir. 15. yüzyılın Avrupalı seyyah ve hacılarından. Babası tuz işletmecisi Fabian von Waltheym'di. 1434 yılındaki konsül esnasında babasıyla birlikte Basel şehrini ziyaret etmiştir. 1440'ta halen Halle vatandaşıydı ve 1450'den itibaren şehirde kamu görevlerinde bulundu. 1459, 1462, 1465 ve 1468 yıllarında Halle belediye başkanıydı. 1474/1475'teki hac ziyaretinden sonra Waltheym, şehirde tuz tekeli elinde tutma mücadelesi verenlerden birisiydi. Magdeburg başpiskoposu, tuz madencilerine karşı şehrin loncalarıyla ittifak kurmuştu. Waltheym, Leipzig'e kaçmak zorunda kaldı ve bütün tuzcular gibi 1479'da tuz ürünlerinin dörtte birini ve diğer varlıklarının beşte birini kaybetti.

Walheym'in Provence'taki Mececeli Meryem'e adanmış ünlü bir hac yeri olan Saint-Maximin-la-Sainte-Baume'ye gerçekleştirdiği hac yolculuğu önemlidir. Yolculuğu 17 Şubat 1474'te Halle'den Erfurt, Gräfenthal, Coburg, Bamberg, Nürnberg, Röthenbach, Berching, Beilngries, Hirschberg Kalesi, Neustadt an der Donau (Tuna'daki Neustadt), Landshut, Neumarkt, Burghausen, Strasswalchen, Wolfggan, St. Salzkammergut, Mondsee ve Ingolstadt üzerinden gerçekleşmiştir. Buradan Nürnberg'e dönmüştür. Nürnberg'den Saint-Maximin-la-Sainte-Baume'ye yolculuğuna başlamıştır. Bu gezide Schwabach, Gunzenhausen, Öttingen, Nördlingen, Ballmertshofen, Gingen, Langenau, Ulm, Biberach, Ravensburg, Friedrichshafen, Meersburg, Constance, Reichenau Adası, Frauenfeld, Winterthur, Bülach, Aargau, Aarau, Langenthal, Burgdorf, Thorberg Şatosu, Bern, Fribourg, Romont, Lozan, Rolle, Nyon, Cenevre, Sallenove, Rumilly, Aix-les-Bains, Chambéry, Les Echelles, Moirans, L'Albenc, Saint-Marcellin, Saint-Antoine-en-Viennois, Romans, Valence, Livron-sur-Drome, Loriol-sur-Drome, Montélimar, Châteauneuf-du-

Rhône, Pierrelatte, La Palud, Mondragon, Orange, Châteauneuf-du-Pape, Port de Traille, Avignon, Noves, Orgon, Lambesc, Aix-en-Provence, Pourcieux'ten Saint-Maximin-la-Sainte-Baume'ye gitmiştir.

Dönüş yolculuğunda Massif de la Sainte-Baume, Aubagne, Marsilya, Arles, Les Saintes-Maries-de-la-Mer, Arles, Tarascon, Avignon, Apt, Avignon, Orange, Geneva, Saint-Laudon, Cenevre güzergahını kullanmıştır. Saint-Maurice, Thonon-les-Bains, Ripaille, Saint-Maurice, Villeneuve, Vevey, Oron, Romont, Freiburg im Üechtland, Bern, Thun, Bern, Thorberg, Solothurn, Langental, Sursee, Luzern, Kerns, Luzern, Arth, Einsiedeln, Zürih, Baden, Königsfelden, Baden, Rheinfelden, Basel, Rötteln Şatosu, Breisach am Rhein, Freiburg im Breisgau, Lenzkirch, Bonndorf, Constance Adası, Ravenberg, Revenberg, (Eski) Gräfenthal, Ranis, Erfurt, Petersberg, Fahner, Gräfontonna, Langensalza, Seebach, Göttingen, Northeim, Katlenburg, Pöhlde, Scharzfeld, Nordhausen, Sangerhausen ve Passendorf üzerinden başlangıç noktası Halle'ye ulaşmıştır.

Ambrogio Contarini (1429-1499): Ambrogio Contarini 1474-1477 arasında Venedik'in İran büyükelçisiydi. Orta Avrupa, Ukrayna, Kırım ve Kafkasya'yı dolaştı. İran'da Tebriz ve İsfahan gibi yerlerde bulundu. Ülkesine Moskova ve Polonya üzerinden döndü.

Contarini, 1429'da Venedik'te doğdu. Gençliğinde tüccar olarak İstanbul'da bulundu. 1463'teki Osmanlı-Venedik Savaşı esnasında tutuklandı. Bir yolunu bulup kaçtı ve 1464'te Venedik'e döndü. Bir süre Osmanlı-Venedik savaşlarında asker olarak görev aldı. Venedik Senatosu tarafından 1474'te Akkoyunlu Devleti'ne elçi olarak gönderildi. Almanya, Polonya, Rusya üzerinden Tebriz'e, oradan da İsfahan'a gidip Uzun Hasan'la görüştü. Venedik'e 1477'de geri döndü.

Dönüş yolunda Uzun Hasan'ın mektubunu Kazimierz Jagiellon'a teslim ederek dünya tarihinde İran ve Polonya siyasî ilişkilerini başlatan kişi olmuştur. Yazar, gözlemlerini Venedik Senatosu'na sözlü olarak aktarmıştır. Bu konuşma "Il viaggio del magnifico del messer Ambrosio Contarini, ambasciadore della illustrissima Signoria di Ve-

nezia al gran signore Ussuncassan, re di Persia" başlığıyla Ramuzio'nun "Navigazioni e Viaggi" adlı antolojisinde bulunmaktadır. Azerbaycan'daki bitki ve hayvan çeşitliliğine, şehirler ile mimari yapılara, gezdiği yerlerde yetiştirilen ürünlere, halkların kültürlerine ve yaşamlarına, yabancılara olan yaklaşımlara dair ayrıntılı bilgiler bu eserde bulunmaktadır. Bu elçinin konuşması William Thomas tarafından İngilizceye, Tufan Gündüz tarafından da Türkçeye çevrilmiştir.

Domenico Romano(?): "Viaggio d'un mercante nella Persia (Bir Tüccarın İran'daki Seyahati)" adı verilen, yazarı bilinmeyen bir eser de yine Uzun Hasan'ın Trabzon Rum İmparatorluğu ile olan siyasî ilişkileri ve Fatih Sultan Mehmed ile olan askerî mücadeleleri hakkında bilgiler vermektedir. Eserde ayrıca Uzun Hasan tarafından yaptırılan Heşt Behişt Sarayı hakkında da ayrıntılı bilgiler verilmektedir. Uzun Hasan'ın ölümünden sonra Akkoyunlu Devleti'nde gerçekleşen siyasî olaylar, Safevi Devleti'nin Dulkadiroğulları, Anadolu'daki Kürt beyleri, Özbekler ve Osmanlılar ile olan mücadelesi hakkında ayrıntılı bilgiler bulunmaktadır. Ayrıca Akkoyunlu Devleti'nin çöküşüne müteakip, Anadolu'nun doğusunda ve Azerbaycan'da gezdiği şehirlerin fiziki durumuna ve burada oturan halkların kültürel yapıları ile yaşamlarına dair bilgiler de vermektedir. Bu eser Ramuzio'nun "Navigazioni e Viaggi" adlı antolojisinde yer almıştır. Charles Grey tarafından İngilizceye, Tufan Gündüz tarafından da Türkçeye çevrilmiştir. Eser, hakkında pek bir bilgi bulunmayan ve "Tüccar", bir gezgin veya bir ajan olduğu öne sürülen Domenico Romano'ya atfedilmektedir.

Felix Fabri (1440-1502): "The Book of the Wanderings of Felix Fabri (1480-1483)" isimli hac rehberinin yazarıdır. Ulm'da (Almanya) yaşamış Dominiken mezhebine mensup bir keşiştir. Doğuya giden ilk Dominiken keşiş olarak da anılmaktadır. Kutsal toprakları 14 Nisan'dan 16 Kasım 1480'e ve 13 Nisan 1483'ten 30 Ocak 1484'e kadar iki kez ziyaret etti. Her iki hac ziyaretinde Fabri, üçü yerel dillerde, biri Latince olmak üzere birkaç kayıt yazdı. Sonuncusu Evagatorium olarak adlandırılmıştır.

1480'de Filistin'e yaptığı hac yolculuğunda Alman asil Georg von Stein'a eşlik etti. Yafa'ya ayak basan Fabri, Remle yoluyla Kudüs'e doğru ilerledi. Oradan Eriha'ya gitti, Beytullahim'i ziyaret etti ve daha uzun bir yolculuk onu Hebron ve Gazze üzerinden Sina Dağı'na götürdü. 1483'te Ulm'a döndü. Fabri, ziyaret ettiği ülkelerdeki birçok dikkate değer ayrıntıyı not etti ve seyahatlerinin *Filistin Hacılarınca Metinleri*'nde tercüme edilen bir öyküsünü yazdı.

Fabri, Evagatorium başlıklı seyahat kitabında Filistin'e giden hacılarınla birlikte bir gemide günlük deneyimlerine dair şaşırtıcı derecede kapsamlı bilgiler vermiştir. Gemideki uyku alanları, tuvaletler, hastalıklar, gıda maddeleri, haşarat, giysiler, hijyen eksikliği ve deniz tutması gibi temel konuları ele almıştır. Evagatorium'u yazarken Fabri'nin üç amacı vardı: Ziyaret edilen yerleri, özellikle kutsal yerleri aslına uygun bir şekilde anlatarak öğretmek, okuyucuyu eğlendirmek ve tüm tehlikeleri ve egzotizmiyle büyük yolculuk deneyimini okuyucuya tasavvur ettirmek. Felix Fabri, "tek başına ne bir yolculuğun ne bir hacın, ne bir keşif gezisinin" bir anlatımı olmayan kitabının kalitesinin farkındaydı.

15. yüzyılda her ne kadar Hristiyan dünyasından Ortadoğu'da Kudüs ve çevresine dönük hac seferlerinden söz etsek de 15. yüzyıldan sonra Kudüs'e hac ziyareti azalmıştır. Bu durumun başlıca sebepleri şunlardır.

- ▶ Protestanlığın ortaya çıkması
- ▶ Kısa mesafe haccının artması
- ▶ İnançın içselleştirilmesi
- ▶ Vebanın ölümcül etkisi
- ▶ Venediklilerin donanma gücünün azalması ve Osmanlıların gücünün çoğalması
- ▶ Soyluların hacca olan ilgisinin kaybolması
- ▶ Osmanlıların Hristiyan kutsal mekânlarına yönelik olumsuz politikası
- ▶ Avrupalı gezginler için diğer olasılıkların birikmesi

Bernhard von Breydenbach (1454-1497): Speyer'de 1502'de basılan "Peregrinationes in Terram Sanctam" ya da "Sanctae peregrinationes"

kitabının yazarıdır. Almanya'nın Hessen yöresinde soylu bir ailede dünyaya gelmiştir. Mainz Katedrali'nde başpapaz ve çeşitli manastırlarda kilisenin yüksek mevkilerinde bulunmuştur.

Breydenbach ve hacı adayı arkadaşı Reewijk 25 Nisan'da Mainz yakınındaki Oppenheim'dan yola çıkmış, Venedik'te üç hafta geçirmiştir. Bu da illüstratör Reewijk'e şehir gravürleri için eskizler yapması için bolca zaman vermiştir. Venedik'te 22 gün kaldıktan sonra Yafa'ya gitmek üzere 42 düka altını ödeyerek Agostino Contarini'nin kadirğine binmişlerdir. Kadırgada Breidenbach'tan başka Kont Jean de Solms, Şövalye Philippe de Bicken, Dominiken rahip Felix Fabri ve Utrechtlı ressam Everand van Reewijk vardı. Bu yolculuk esnasında yol arkadaşlarından Kont Jean de Solms İskenderiye'de dizanteriden ölmüştür. Adriyatik limanlarında, Korfu, Modon, Kandiye, Rodos (18 Haziran 1483) ve Kıbrıs'ta molalar verdikten sonra Kutsal Yerlere ulaşmışlardır. Kudüs'te o zamanların ünlü Kallinikos Hanı'nda konaklamışlardır. Beytullahim, El-Halil ve Celile'de çeşitli kutsal yerleri ziyaret ettikten sonra Sina Dağı'na varmışlardır. Dönüşte Kahire'yi, piramitleri ve İskenderiye'yi ziyaret etmişler; 15 Kasım 1483 tarihinde Venedik kadırgalarına binerek Modon, İyon adaları ve İtalya'nın çeşitli limanlarında durduktan sonra Venedik'e gelmişlerdir.

İlk baskısı Latince olarak 1486 yılında yayınlanan Breidenbach seyahatnamesinin metnini Martin Roth kaleme almıştı. Kitaptaki gravürlerin sahibi Reewijk kitabın ilk Latince baskısını Mainz'deki kendi evinde yapmıştır. Bu kitap Venedik'ten Filistin'deki Kutsal Topraklara kadar uzanan deniz yolu üzerindeki durak-kentleri görüntüleyen tahta baskı gravürler içeren ilk basılmış seyahatnamedir. Türklerle ilgili ilk gravürler de bu seyahatnamede yer almıştır.

Seyahatname, yedi tane şehir panoraması dışında [Venedik, Poreç, Korfu, Modon, Kandiye, Rodos, Kudüs], çeşitli insan tipleri [Arap, Yahudi, Yunan, Suriyeli, Habeş ve Türk], Kutsal Mezar'dan bir görüntü, çeşitli hayvanlar (zürafa, tekboynuz, tek hörgüçlü deve), ve Arap, Yahudi, Suriyeli, Kıptî, Habeş, Ermeni ve Yunan alfabelerinin harflerini gösteren gravür ve çizimler içer-

mektedir. Arap harflerinin matbaadan çıkmış ilk versiyonu da Breidenbach'ın kitabında yer almıştır. Kitapta şu konular işlenmektedir: Çeşitli mezhepler, Venedik'ten Yafa'ya kadar mesafeler, Kutsal Yerler ve Sina Dağı ziyaretlerinin ayrıntılı hac günlüğü, seyahat sırasında baş gösterecek tehlikelerden korunmak için öğüt, kural ve tarifler, Charles le Téméraire'in düşü ve İstanbul fethinin görgü tanığı patrik İsidoros tarafından anlatılışı (büyük bir olasılıkla başka yayınlardan derleme), Rodos kuşatması ve Eğriboz kuşatması ve fethi.

Breydenbach'ın "Peregrinatio in Terram Sanctam"ı, dönemin öteki basmakalıp betimsel metinlerinin aksine, özgün anlatımıyla büyük başarı kazanmış, birçok dile çevrilmiş (Almanca, Flemenkçe, Fransızca, İspanyolca) ve Venedik ve Kudüs gibi en önemli Avrupa ve Orta Doğu şehirlerinden bazılarının ilk ayrıntılı ve doğru basılı resimlerini içermiştir. İlk resimli seyahat kitabı olarak kabul edilmektedir. Hristiyanların Kutsal Topraklarına yapılacak hac ziyaretleri için oldukça önemli bir hazırlık ve yol rehberi sayılmıştır. Kitap matbaanın icat edildiği 15. yüzyılın gerçek bir en çok satanı, 1486 ile 1522 yılları arasında 13 baskı yapmıştır. Ayrıca, çeşitli dillerde salt metin ve kısaltmaların birkaç yeniden basımı gerçekleştirilmiştir. Tahta blokların kırılma eğilimine rağmen, görünüşe göre Lyon (1489-90), Speier (1490) ve Zaragoza (1498) baskılarında kullanılmışlardır. Bu nedenle gravürlerin bulunduğu tahta bloklar Avrupa'yı dolaşmış olmalıdır.

Conrad Grünenberg (öl. 1494): "Pilgrimage to the Holy Land (1486)" isimli hac rehberinin yazarıdır. Eserinde anlattıklarıyla belki de dünyanın ilk paket tatili ya da hac seyahati diyebileceğimiz 15. yüzyılın hac turizminin detaylarını vermektedir.

Von Grünenberg hakkında bilinenler oldukça sınırlıdır. 1494'te, muhtemelen yetmişlerinde, güneybatı Almanya'daki memleketi Konstanz'da ölmüştür. 1470'lerde şehirdeki darphaneden sorumlu resmi görevliydi. İyi bir aileden geliyordu, babası belediye başkanıydı ve Kutsal Roma İmparatoru III. Frederick ile bir akrabalığı vardı. Kariyeri hakkında bilinenler bunlardır. Hayatının son yıllarında üç kitap yazmıştır. Biri Avusturya tarihidir. İkincisi, tüm dünyadan güzelce

işlenmiş armalarla alakalıdır. Grünenberg aynı zamanda Geç Orta Çağ'ın meşhur bir gezgini ve dünyanın ilk turistlerinden birisidir. Bu bakımdan Grünenberg'in üçüncü kitabı seyahat ve turizm tarihi araştırmaları için büyüleyici ve eşsiz bir eserdir. *Beschreibung der Reise von Konstanz nach Kudüs* (Konstanz'dan Kudüs'e Yolculuğun Tarifi) olarak anılan bu kitap Hristiyanların Kutsal Topraklarına yapılan bir hac yolculuğu hakkında ayrıntılı bir rehberdir.

Geç Orta Çağ'da hac yolculukları, seyahat giderlerini karşılayabilen Hristiyanlar için ilgi çekiciydi. Bu tarihlerde imkân sahibi Hristiyanların Kutsal Topraklara gitmesini kolaylaştıran bazı nedenler vardı. Rönesans zihniyetinin başlamasıyla artan merak duygusu ve Kutsal Toprakların içerisinde yer aldığı bölgelerin görece siyasi istikrarı ve Akdeniz'de güvenle yol alınabilmesi bu nedenlerden birkaçıdır. Gerçekten de söz konusu zaman diliminde Doğu Akdeniz, Venedik kaleleriyle işaretlenmişti. Venedik elindeki adalar vasıtasıyla Akdeniz'de gemilerini bir baştan bir başa yüzdürebilmekteydi. Filistin Kahire'deki Memluk Sultanlığı tarafından kontrol ediliyordu ve Kutsal Topraklarda ilerlemek daha güvenliydi. O tarihlerde Akdeniz ticaretinde baskın aktör olan Venedikliler finansal kazanç için erken bir turizm türünü de hacı taşımacılığı yapmak ve hacıların pek çok ihtiyacını karşılamak suretiyle desteklemekteydi. Venediklilerin yürüttüğü bu adı konmamış hac turlarına ilişkin ilk sistematik raporlar, 15. yüzyılın sonlarında, Grünenberg'in seyahatinden hemen önce basılmış ve büyük popülerlik kazanmıştır. Aslında Grünenberg'in metni bunlardan sadece birisidir.

Grünenberg'in hac rehberi *seyahat boyunca ihtiyaç duyulan nesnelere teminine uygulamalı bir yaklaşım* ortaya koymaktadır. Bir yönüyle *seyahat öncesi hazırlıklara dair önemli ve doyurucu ip uçları* içermektedir. Bu konuda metnin ilk kısmı son derece bilgilendiricidir. Grünenberg'in verdiği ipuçları, günümüzde tur ya da hac şirketlerinin müşterilerine seyahatten önce, aldıkları bilgi paketlerinde sunduğu *tavsiyelere* benzemektedir, ancak bunlardan biraz daha kapsamlıdır. Grünenberg'in gezisi denizde 20 haftadan fazla sürmüştür. Bu yolculuğu deneyimleyen yazar, böyle uzun bir

deniz yolculuğuna çıkmadan önce yazılı olarak bir alışveriş listesi hazırlanmasını ve Venedik pazarlarından ihtiyaç duyulan her şeyin temin edilmesini önermektedir. Listede yolculuk sırasında gerekli olan her şey sıralanmıştır. Uyku ihtiyacı için bir döşek, dört çarşaf, fazladan bir battaniye, iki yüzlü bir yastık, tekstil ürünlerini tutturmak için yeterince iğne ve fazladan bir yastık alınmasına dikkat çekilmektedir. Büyük bir tahta sandığın kıyafetleri saklamak ve üzerine oturmak için kullanışlı olacağına işaret edilmektedir. Beş küçük fıçı su, bol miktarda peksimet, yumurta ve peynir tedarikinin yanı sıra bir tavuk kafesinin gemideki ikramı tamamlamaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca masa örtüsü, el havlusu, kaşık, birkaç kâse, daha uzun ömürlü yiyecekler için bir sepet ve biri su, diğeri şarap için iki kil testi getirilmesinin yararlı olacağı dile getirilmektedir. Giyim için kapüşonlu bir palto, bir gömlek, dört fanila, iki şapka, dört fular, iki çift keten pantolon, deri çizme ve birkaç çift ayakkabı bulundurulmasının önemi üzerinde durulmaktadır. Sonra, susuzluğa karşı zencefil, akide şekeri ve viyola (menekşe) suyu ve kötü kokulardan kaçınmak için burnunun altına yayılacak aromatik bir şeyin mutlak surette yolcunun yanında olması gerektiğinin altı çizilmektedir. Ayrıca, yol boyunca karaya çıkıldığında yapılacak geziler için de ekipman önerilmektedir: Portatif bir şişe ve yürürken boyuna asılabilen gündelik bir çanta ve bir çift ahşap üzengi ("Demir olanları getirirsen, insanlar onları senden alırdı!"), çakmak, mum ve cepte bir miktar para. Yolcuların yanında bulundurması gerekenlerin son kısmında kapaklı bir çömlek ve camdan yapılmış iki idrar şişesi yer almıştır.

Grünenberg'in seyahatnamesi yolculuk için hazırlıkları sıraladıktan sonra yolculuğu genel olarak kapsayan *her şey dâhil bir anlaşmaya* işaret etmektedir. Grünenberg'in raporunun en dikkat çekici kısmı da burasıdır. Bu kısımda gemi ayarlamak için belirli sayıda hacı adayının bir araya gelmesinin önemine işaret edilmektedir. İşte bu noktada Grünenberg, Almanya, İsviçre, Fransa, Hollanda ve Macaristan'dan gelen ve kendisi gibi soylular, din adamları ve şehir sakinleri de dahil olmak üzere 27 seyahat arkadaşını isimle-

riyle listeler. Listede yer almayan bir kesim de seyahatin bir parçası olacaktır. Listedeki varlıklı 27 hacı adayına hizmetkârları da eşlik edeceğinden, toplam yolcu sayısı 150'ye ulaşmış olabilir. Grünenberg ve birlikte hareket ettiği hacı adayları, deneyimli bir patrona, Agostino Contarini adlı Venedikli bir armatör/kaptana ulaştılar. Contarini ailesi o tarihlerde Venedik'te hac ulaşımını tekelinde bulunduran aileydi. Hacı adayları Venedikli kaptanla yolculuk ücretlerini müzakere ettiler. Kişi başına 38 dukalık bir ücret üzerinde anlaştılar. Bu ücretin yarısı peşin, kalanı Kutsal Topraklara varışta ödenecekti. Yalnız anlaşılan ücret sadece gemideki yolculuk için ödenen bir bedel değildi.

Contarini, aldığı para karşılığında her yolcuya aşağıdakileri sağlayacaktı: Gemi (bir kadirga) ve mürettebat, Kutsal Topraklara gidiş ve geri dönüş, korsanlardan korunma, gemide uyuyacak bir yer, liman dışında günde iki öğün yemek, gümrük vergileri, yerel ulaşım (katırlar) ve güvenli geçiş ücretleri ve daha büyük bahşişler. Özünde, bu her şey dâhil bir anlaşmaydı, yolcunun yolculuktan sonra kalkış noktasına ve eve dönmesi için her şeyi kapsıyordu. Bununla birlikte, ilk her şey dahil seyahatlerden biri hakkında bilgi veren Grünenberg günümüzdeki müşteri yorumları gibi aldığı hizmetin kalitesi hakkında yorum yapmaktan da geri durmamıştır. Grünenberg, Contarini'yi deneyimi ve profesyonelliği için överken, gemide sunulan yiyecek ve şarabın kalitesi ve miktarı bakımından eleştirmiştir.

Seyahatnamede anlattığına göre, Grünenberg'in gezisi, rüzgâr ve havaya göre ve mümkün olduğunca Venedik kontrollü limanlar tercih edilerek şekillenmiştir. O tarihlerde Venedik kalkışlı tüm hac gemilerinin yol aldığı rota takip edilmiştir. Venedik'ten, Poreç, Pula durakları üzerinden Istria'ya geçilmiştir. Sonra Zara üzerinden Dalmaçya kıyıları takip edilmiştir. Çeşitli küçük Venedik adalarına uğranıp Ragusa'ya (Dubrovnik) varılmıştır. Arnavutluk sahili geçildikten sonra Korfu'da (Kerkyra), ardından Mora'nın güneybatı köşesindeki Modon'da durulmuştur. Buradan Girit'te Kandiye'ye, ardından doğuya Rodos'a geçilmiştir. Anadolu'ya uğranmayarak Kıbrıs'taki birkaç limandan biri kullanılmış ve sonunda

Yafa'ya geçilmiştir. Grünenberg'in yolculuğunun bu ayağı yaklaşık dokuz hafta sürmüştür. Kutsal Topraklarda yaklaşık üç hafta geçirilmiştir ve dönüş yolculuğu aynı rota üzerinden gerçekleşmiştir. Ancak deniz üzerinde gerçekleşen dönüş yolculuğu gelişten dört hafta fazla sürmüş ve 13 haftada tamamlanmıştır. Dönüş yolunda Grünenberg'in hem bir hapisaneyi andıran gemiden her fırsatta kurtulmak, hem de ziyaret ettikleri limanları keşfetmek için her fırsatta karaya çıktığı açıktır.

Bertinorolu Rabbi Obadiah (1445-1515): Bertinorolu Obadiah bin Abraham yaygın olarak Bartenura olarak bilinmektedir. En çok Mişnah hakkındaki popüler yorumuyla tanınan 15. yüzyılda yaşayan bir İtalyan hahamdır. Daha sonraki yıllarda, Kudüs'teki Yahudi cemaatini canlandırması ve zamanının Yahudilerinin ruhani lideri olmasıyla öne çıkmıştır. Kariyerine İtalya'da Forlì-Cesena eyaletindeki bir kasaba olan Bertinoro'da ve Castello'da hahamlık yaparak başladı.

Kutsal Toprakları ziyaret etme arzusu onu Kudüs'e götürdü. Kudüs'e olan yolculuğuna 29 Ekim 1486'da başladı. Kudüs'e vardığında tarih 25 Mart 1488'di. Bartenura'nın güçlü kişiliği, belagati ve bir alim olarak büyük itibarı, gelişinden hemen sonra topluluğun manevi lideri olarak kabul edilmesine yol açtı. İlk kaygısı topluluğun entelektüel düzlemine yükseltmekti ve bu amaçla genç neslin Talmud ve hahamlık ilimleri ile ilgilenmesini sağladı ve yerel dil Arapça olmasına rağmen her Şabat günü İbranice vaazlar verdi. İtalya'daki bağlantıları, yoksulların desteklenmesi için ona para sağladı ve bu da etkisine biraz olsun katkıda bulundu.

1492'de Yahudilerin İspanya'dan sürülmesi üzerine, sürgünlerin çoğu Kudüs'e yerleştiğinde, Bartenura onların entelektüel lideri oldu. Filistin'deki Arap Yahudilerinden zekâ, kültür ve bilgi bakımından çok üstün olan bu İspanyol Yahudileri, Bartenuro'yu öne çıkardılar.

Bartenuro'nun Kudüs'teki Yahudi cemaatinin çıkarlarını bu şekilde kontrol ettiği yıllarda, Yahudiler için daha iyiye yönelik radikal bir değişiklik gelişti. Böylece, hepsi birbirinden mükemmel bir idareye sahip olan hastaneler, yardım dernekle-

ri ve benzeri hayır kurumları ortaya çıktı. Ünü Doğu'nun her yerine yayıldı ve her kesimden insanın saygı duyduğu bir haham oldu; hatta Müslüman halk bile bazı sorunlarını onun hakemliğinde çözdü.

Bertinoro aynı zamanda Kudüs'e yaptığı üç yıllık yolculuğunu (1486-88) anlatan ve İtalya'dan Filistin'e giderken ziyaret ettiği Yahudi topluluklarının insanlarının ve geleneklerinin paha biçilmez tanımlarını içeren üç ünlü mektubun yazarı olarak da hatırlanmaktadır. 1488-90 döneminde Bertinoro'nun babasına ve erkek kardeşine yazılan mektuplar, *Darkhei Ziyyon ve Ha Massa le-Erez Yisrael* başlıkları altında yayınlandı ve birçok dile çevrildi. 1488'den sonra neredeyse aralıksız olarak Kudüs'te yaşadı ve oradaki Yahudi cemaatinin ruhani lideri olarak görev yaptı.

Barteruno genellikle Mişnah'ın en iyi yorumcusu olarak bilinmektedir: Onun tefsirinin önemi, ortaya çıkışından bu yana (Venedik, 1549) Mişnah'ın neredeyse hiçbir baskısının onusuz basılmamış olması gerçeğiyle açıklanmaktadır; Surenhuis bile Latince tercümesinde ve Mişnah üzerine tefsirinde (Amsterdam, 1698-1703) Barteruno'yu tercüme etmiştir.

Pietro Casola (1427-1507): "Canon Pietro Casola's Pilgrimage to Jerusalem in the Year 1494" kitabını yazmıştır. 1427'de İtalya'da Milano'da soylu bir ailenin çocuğu olarak dünyaya gelmiştir. 80 yaşında 6 Kasım 1507'de ölümüne kadar Katolik Kilisesi'nde önemli dini görevler üstlendi. Bir dönem 16 yıl boyunca Roma'daki Milano Büyükelçiliği'nde sekreter olarak çalıştı. 1478'de, daha sonra kıdemli bir kardinal olacağı Milano'ya döndü. 1494'te 65 yaşındayken Kudüs'e hacca gitti.

"Peder Pietro Casola'nın 1494'te Kudüs'e Hac Yolculuğu" kitabında Casola'nın Kudüs'e gittiği güzergâh ve yolculuk sırasında başından geçenler anlatılmıştır. Casola, 15 Mayıs 1494'te, Kolomb'un Amerika'yı görmesinden iki yıl sonra Milano'dan Venedik'e kara yoluyla gitti. Oradan, Adriyatik ve Akdeniz'i geçerek Filistin'de bulunan Yafa'daki limana giderken sık sık mola veren bir kadırgaya bindi. Kadırgasının demirlediği yerler arasında Ragusa, Modon ve Girit var-

dı. Yafa'dan bir katır alarak 5 Ağustos'ta Kudüs'e ulaştı. Burada 13 gün kaldıktan sonra dönüş yolculuğuna başladı.

Gerolamo (Hiernemio) di Santo Stefano: Cenevizli bir tüccardır. 1494-1499 arasında Hindistan'ı ziyaret etmiştir. Ortağı Adrono ile ilk önce deniz yoluyla Kahire'ye, oradan yine deniz yoluyla Kızıldeniz'de bir liman olan Kuseyr'e gittiler. Sonra Massavva üzerinden Aden'e; oradan da Hindistan'ın Kaliküt limanına ulaştılar. Seyahatlerini Seylan ve Pegu'ya kadar genişlettiler. Adrono Pegu'da öldü. Santo Stefano daha sonra Cambay ve Maldivler'e yol aldı. Cambay'da Şamlı bir tüccarın hizmetine girdi ve onun yardımıyla Hürmüz'e, İran üzerinden Trablus'a gitti. Trablus'ta (Lübnan) 1 Eylül 1499'da arkadaşı Giovan Jacobo Mainer'e mektup olarak seyahatlerinde başından geçenleri yazdı. Gezdiği yerlerde yetişen biber, zencefil gibi ürünleri, ağaçları, şehirlerin yönetimini, dinsel inanışlarını, evlilik türlerini anlatma gayretinde olmuştur.

Laskaris Kananos (Lascaris Cananus): 15. yüzyılda Kuzey Avrupa'ya seyahat eden bir Yunan gezgindi. Yunanca olarak seyahat notlarını bıraktı. Stockholm ve Bergen'in yanı sıra Norveç, Schleswig, Kopenhag, Pomeranya, Danzig, Prusya, Livonya, Letonya ve İngiltere'yi ziyaret edip İzlanda'ya kadar gitti. Kananos'un seyahat günlüğü oldukça kısadır. 16. yüzyıldan günümüze ulaşan tek el yazması sadece üç sayfadır. Şu anda Viyana'da, Avusturya Milli Kütüphanesi'nde bulunmaktadır.

Ferreralı İlyas (Elijah of Ferrara): 15. yüzyılın başlarında İtalya'da yaşayan Talmudist ve gezgin bir Yahudi'ydi. 1437'de, oğlu ve torununu kaybettiği fırtınalı bir yolculuktan sonra geldiği Kudüs'te öğretmen olarak görev yaptı. Ferrara'da geride bıraktığı karısına ve çocuklarına birkaç mektup yazdı. Yolculuğunu da içeren 1438 tarihli risalelerden yalnız birisi günümüze ulaşabilmiştir.

15. Yüzyılda Dünya Hakkında Kısa Bir Değerlendirme:

15. yüzyılda pek az insan birbirinden tamamen kopuk ve kendi kendine yeten topluluklarda ya-

şadı. Bu yüzyılda yaşayan toplumların hemen hemen hepsi bir dereceye kadar çeşitli ve birbirleriyle uyumlu etkilenmelerle iletişim ve değiş tokuş ağlarında karşılaştılar. 15. yüzyılın çeşitli toplumları ve medeniyetlerini birbirine bağlayan iletişim ve ulaşım ağlarından belki de en belirgin olanı, kültürel olarak farklı millet ve inanışlardan insanları bir araya getiren büyük ölçekli siyasi sistemler olarak anabileceğimiz imparatorluk ağlarıydı. Osmanlı İmparatorluğu'nda Müslümanlar ve Hristiyanlar iç içeydi. Aynı şekilde Babür İmparatorluğu'nda da Hindular ile Müslümanlar iç içeydi. Hiçbir imparatorluk çeşitli halklarını özenle bütünleştirmeye çalışan İnkalardan daha fazlasına kalkışmadı.

Tarihin pek çok döneminde olduğu gibi bu yüzyılda da din, birbirinden çok uzak milletleri birbirine bağlayabildiği gibi bölebildi de. Hristiyanlık, İngiltere'den Rusya'ya kadar uzanan milletler için din temelli ortak bir kültür sağladı. Bununla birlikte Roma Katolikliği ile Doğu Ortodoksluğu arasındaki büyük bölünme devam etti. Bu bölünmenin yanı sıra 16. yüzyılda gerçekleşecek Protestan Reformu, Latin (Batı) Avrupa'nın Hristiyan birliğini kalıcı olarak parçalayacaktı. Budizm, Güney Asya'daki anavatanında çeşitli mezheplere ve uygulamalara bölünüp büyük ölçüde etkisini yitirse de Çin, Kore, Tibet, Japonya ve Güneydoğu Asya'nın bazı bölgeleri arasında önemli bir bağlantı unsuru olmayı sürdürdü. Hristiyanlık ve Budizm'in her ikisinden de fazlası İslam'da vardı. İslam aktif olarak birçok insanı bir araya getirdi. Mekke'ye yapılan hacda, Afrikalılar, Araplar, İranlılar, Türkler, Hintliler ve daha birçokları, ortak inançlarını doğuran olayları birlikte eda ederek bu ibadete tek bir halk olarak katıldılar. Yine de, Sünni Osmanlı İmparatorluğu ile Şii Safevi İmparatorluğu arasındaki şiddetli düşmanlığın çok canlı bir şekilde gösterdiği gibi, İslam'ın geniş alanı içinde bölünmeler ve çatışmalar 16. yüzyıl başlarken devam edecekti.

Farklı çevrelerde yaşayan ve farklı mallar üreten halklar arasındaki köklü ticaret kalıpları, binlerce yıldır olduğu gibi, 15. yüzyılda da büyük ölçüde aynı kaldı. Sibirya'nın avcı toplulukları, kürkleri ve ormanın diğer ürünlerini Avrasya uygarlıklarından geçen İpek Yolu ticaret ağına akıttı.

Güney Nijerya'daki bazı tarım halkları, bu hayvanların daha iyi geliştiği kuzeydeki daha kurak bölgelerden karadan getirilen atları alıyorlardı. Kuzey Amerika'daki Mississippi Nehri ve Güney Amerika'daki Orinoco ve Amazon nehirleri, bu su yolları boyunca kano kaynaklı bir ticareti kolaylaştırdı. Karayipler'de ve Meksika ile Peru arasındaki Pasifik kıyısı boyunca işletilen büyük deniz kanolarında kıyı taşımacılığı vardı. Pasifik'te, Mikronezya adası Yap, Guam ve Palau Adalarını içeren ve büyük taş diskleri para olarak kullanan bir okyanus ticaret ağının merkeziydi. Aynı şekilde Tonga, Samoa ve Fiji halkı da evlenip aralarında hasır ve kanoların bulunduğu bir dizi mal alışverişinde bulundular. Afro-Avrasya dünyasının bin yıl veya daha uzun süredir yürürlükte olan büyük uzun mesafeli ticaret kalıpları, aralarındaki denge değişse de aynı şekilde 15. yüzyılda da devam etti. 13 ve 14. yüzyıllarda Moğol kontrolü altında gelişen İpek Yolu kara ağı, Moğol İmparatorluğu'nun dağılması ve vebanın yıkımının ürünlerine olan talebi azaltmasıyla 15. yüzyılda daraldı. Osmanlı İmparatorluğu'nun yükselişi, Avrupa ve Çin arasındaki doğrudan ticari teması da engelledi, ancak Japonya, Kore ve Çin'den Güneydoğu Asya adaları ve Hint Okyanusu üzerinden okyanus ticareti önemli ölçüde arttı. Daha büyük gemiler, lüks ürünlerin yanı sıra tahıl gibi dökme malların ticaretini mümkün kılarken, daha karmaşık ortaklıklar ve kredi mekanizmaları ticaretin çarklarını yağladı. Bu geniş bölgenin çoğunda ortak bir İslam kültürü, aynı şekilde, Sahra-ötesi ticarete olduğu gibi, çok farklı halklar arasında malların geçişini de kolaylaştırdı.

15. yüzyılda bölgeler, ülkeler ve kıtalar arasında gerçekleşen hiçbir alışveriş ve iletişim türü henüz tam anlamıyla küresel değildi. Küresel etkileşimleri görebilmek için 16. yüzyılda Büyük Coğrafi Keşiflerin sonrasında Avrupa'nın genişlemesini beklemek gerekecekti. Afro-Avrasya, Amerika, Pasifik ve Okyanusya dünyalarının tam anlamıyla birbirine bağlanması aniden ve köklü bir şekilde gerçekleşmedi. Kesintisiz bir iletişim ağı 1500-2000 arasında 500 sene içerisinde meydana geldi. Avrupa halklarının küresel sahnedeki önemi son 500 yılda istikrarlı bir biçimde arttı. 1500'den son-

ra Batı Avrupa dünyanın en yenilikçi, en zengin, en güçlü, en çok taklit edilen parçası haline gelecekti. Avrupa dilleri ve Hıristiyan dini dünyaya yayılacaktı. 1500-1600 arasında, 16. yüzyılda, dünya ve dünya üzerindeki gezginleri gözden geçirmeye başlayacağımız bir sonraki sayıda görüşmek üzere.

SEÇİLMİŞ KAYNAKÇA

- Acar, S. (2013). Rusya'dan Hindistan'a Bir Sergüzeşt: Afansiy Nikitin ve Seyahatnamesi, *Karadeniz Araştırmaları*, 36 (36): 71-82.
- Angiolello, G. M. (2011). *Fatih'in İçoğlanı Anlatıyor, Fatih Sultan Mehmed*. (çev. Pınar Gökpar). İstanbul: Profil Kitap.
- Babinger, F. (1953). Fatih Sultan Mehmet ve İtalya, *Belleten*, 17 (65): 41-82.
- Barbaro, J. (2022). *Anadolu'ya ve İran'a Seyahat*. (Çev. Tufan Gündüz) İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Bilgin, O. (1988). Abdürrezzâk es-Semerkindî. *TDVİA. Cilt: 1*. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayını.
- De Clavijo, R. G. (2016). *Timur Devrinde Kadis'ten Semerkand'a Seyahat*. (Çev. Ömer Rıza Doğrul). İstanbul: Köprü Kitapları.
- De la Broquiere, B. (2000). *Bertrand de la Broquiere'in Denizsırı Seyahati*. (Çev. İlhan Arda, derl. Semavi Eyice). İstanbul: Eren Yayınları.
- Eyice, S. (1992). Bertrand de la Broquiere. *TDVİA. Cilt: 5*. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayını.
- <https://dbe.rah.es/biografias/11040/ruy-gonzalez-de-clavijo>, Erişim tarihi: 22 Ağustos 2022.
- https://en.banglapedia.org/index.php/Fei_Hsin, Erişim tarihi: 01 Eylül 2022.
- <https://erenow.net/postclassical/crusades/379.php>, Erişim tarihi: 26 Ağustos 2022.
- <https://online.ucpress.edu/jmw/article/1/3/21/50995/The-Sense-of-Distance-and-the-Perception-of-the>, Erişim tarihi: 13 Ağustos 2022.
- <https://sourcebooks.fordham.edu/ihsp-travelers.asp#Medieval>, Erişim tarihi: 30 Ağustos 2022.
- https://www.academia.edu/43634941/Travellers_and_Painters_on_Ottoman_Territory, Erişim tarihi: 12 Eylül 2022.
- <https://www.nls.uk/collections/rare-books/collections/breydenbach/>, Erişim tarihi: 02 Eylül 2022.
- <https://www.notesonindianhistory.com/2021/04/from-venice-to-calicut-hieronimo-de.html>, Erişim tarihi: 13 Ağustos 2022.
- https://www.wikiwand.com/en/Travel_literature, Erişim tarihi: 19.09.2022.
- Kılınç, A. (2014). XV. ve XVII. Yüzyıllar Arasında Anadolu Üzerinden Kudüs'e Giden Batılı Seyyahlar ve Anadolu Hakkındaki İzlenimleri (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Manga, V. G. (2017). 13-15. Yüzyıllarda Katolik Seyyahlar Gözünden Türk İlleri (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mihailoviç, K. (2017). *Bir Yeniçerinin Hatıraları*. (Çev. Behiç Anıl Ekim ve Nuri Fudaylı Kıcıroğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mutlu, B. (2011). 15. Yüzyılda Hitay'da Bir Timurlu Sefir: Gıyaseddin Nakkaş'ın Hitay Gözlemleri, *Folklor/Edebiyat*, 18 (67): 125-136.
- Nikitin, A. (2019). *Üç Deniz Ötesine Seyahat*. (Çev. Serkan Acar). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Özerdim, Muhaddere N. (1950). Acaib-ül-Letaif (Hitay Sefaretnamesi) ile Çin Kaynakları Arasında İlgî, *AÜDTCF Dergisi*, 8 (3): 345-371.
- Pero Tafur (2016). *Pero Tafur Seyahatnamesi*, 9 Mayıs 1437-22 Mayıs 1438. (Çev. Hakan Kılınç). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Ricci, G. (2005). *Türk Saplantısı Yeniçağ Avrupası'nda Korku, Nefret ve Sevgi*. (Çev. Kemal Atakay). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Schiltberger, J. (1997). *Türkler ve Tatarlar Arasında (1394-1427)*. (Çev. Turgut Akpınar). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sheppard, L. A. (1935). *A Fifteenth-century Humanist Francesco Filelfo*. Londra: The Bibliographical Society.
- Sertkaya, S. (2019). 15. Yüzyıl İtalyan Seyyahlarının Gözüyle İran (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Seyyahların Gözüyle Sultanlar ve Savaşlar, Giovan Maria Angiolello, Venedikli Bir Tüccar ve Vincenzo D'Alessandri'nin Seyahatnameleri (2021)*. (Çev. Tufan Gündüz). İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Şakiroğlu, M. H. (1991). Angiolello, Giovanni Maria. *TDVİA. Cilt: 3*. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayını.
- Tyerman, C. (2006). *God's War: A New History of the Crusades*. Cambridge Massachusetts: Harvard University Press.
- Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Muhtelif Ciltler.
- Uzun Hasan-Fatih Mücadelesi Döneminde Doğu'da Venedik Elçileri, Caterino Zeno ve Ambrogio Contarini Seyahatnameleri (2006)*. (Çev. Tufan Gündüz). İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Yıldız, M. K. (2019). İtalyan Seyyahlarına Göre Akkoyunlu-Osmanlı İlişkileri ve Türkmenler (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tablo 6. 15. Yüzyıl Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler

<i>Seyyah Adı</i>	<i>Kökeni</i>	<i>Eseri</i>	<i>Tarih</i>	<i>Gördüğü/Anlattığı Yerler</i>
<i>Bertrando de Mignanelli (Beltramo Mignanelli di Siena) (1370-1455 veya 1460) (Tüccar, maceraperest)</i>	Sienalı	Vita Tamerlani-Ruina Damasci	1401-1416	Suriye, Mısır vd.
<i>Johann (Hans) Schiltberger (Esir, seyyah, yazar) (1381-1440)</i>	Alman	Türkler ve Tatarlar Arasında (1394-1427)	1394-1427	Osmanlı, Timur devletleri toprakları
<i>Johannes Witte de Hese (tahminen 1400'ler) (Rahip?)</i>	Alman-Flaman?	"Itinerarium ad Jerusalem per diversas mundi partes" (Dünyanın Dört Bir Yanından Kudüs'e Yolculuk)"	1400'ler	Doğuya ve kutsal topraklara baştan sona uydurma ve hayali bir yolculuk, uydurma yerler
<i>Jean de Béthencourt (1362-1425) (Denizci-Kâşif)</i>	Fransız	-	1402	Kastilya adına Kanarya adalarını keşfetti.
<i>Ruy González de Clavijo (Elçi, seyyah, yazar)</i>	Kastilyalı	Timur Devri'nde Kadis'ten Semerkand'a Seyahat	1403-1406	Osmanlı, Timur devletleri toprakları
<i>Guillebert de Lannoy (1386-1462) (Seyyah, diplomat, mabeynci)</i>	Flaman	Voyages et Ambassades	1403-1421	Kutsal topraklar-Kudüs (1404-1405); Kuzey Avrupa, Romanya, İstanbul, Suriye, Mısır ve Gelibolu (421-1422)
<i>Antoine de la Sale (1388-1462) (Saray görevlisi, yazar)</i>	Fransa	Excursion aux Îles Lipari (Lipari Adalarına Yolculuk)	1407	Lipari Adaları
<i>Fei Xin (Fei Hsin) (1385-1436) (Gezgin ve asker)</i>	Çinli	Yıldız Salınının Genel Araştırması	1409-1411 1411-1414 1417-1419 1431-1433	Hint Okyanusu, Doğu Afrika ve Arap yarımadası dolaylarına 45 ülke

Tablo 6. 15. Yüzyıl Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>Seyyah Adı</i>	<i>Kökeni</i>	<i>Eseri</i>	<i>Tarih</i>	<i>Gördüğü/Anlattığı Yerler</i>
<i>Ciriaco de'Pizzicollı</i> (<i>Humanist, antikacı, Arkeolojinin babası</i>)	Anconalı	Epigrammata reperta per Illyricum a Kyriaco Anconitano (Roma, 1664), Cyriaci Anconitani nova fragmana notis illustrata , (Pesaro, 1763) ve Itinerarium (Floransa, 1742).	1412 1454	Edirne, İstanbul, Marmara ve Ege sahilleri ve adalar
<i>Ma Huan (1380-1460)</i> (<i>Gezgin ve tercüman</i>)	Çinli	Okyanus Kıyılarının Genel Araştırması	1413, 1421 ve 1431	Champa, Java, Sumatra, Palembang, Siam, Kochi, Hürmüz', Malakka, Aru, Sumatra, Trincomalee, Seylan, Kochi, Calicut, Zufar, Bengal, Chittagong, Sonargaon, Gaur, vd.
<i>Margery Kempe (1373-1440)</i> (<i>Mistik</i>)	İngiliz	The Book of Margery Kempe (Margery Kempe Kitabı)	1413-1415 1417	Kudüs'e hac Santiago de Compestela'ya hac
<i>Chen Cheng (1365-1457)</i> (<i>Yazar ve diplomat</i>)	Çinli	Batı Topraklarına Bir Yolculuğun Notları	1414, 1416 ve 1420	Semerkant, Herat (Timurlu toprakları)
<i>Caumontlu Nompar (1391-1446)</i>	Fransız	Voyaige d'oultremer en Jhéusalem	1414 1419-1420	Santiago de Compestala, Kutsal topraklara yolculuk
<i>Christoforo Buondelmonti</i> (<i>Papaz, seyyah</i>)	Floransalı	Christoforo Buondelmonti (1465-1475) Liber Insularum Arcipelagi	1415-1430	Ege Adaları, Galata, Beyoğlu vd.
<i>Epiphane</i> (<i>Keşiş</i>)	Rus	Epiphane (1889) "Itinéaire a Jarusalem du moine Epiphane" In Mme. B. de Khitrowo, Itinéaires Russes en Orient. pp. 195-198. Genève: Imprimeri Jules-Guillaume Fick	1416	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Siraceddin İbnülverdi</i> (<i>Coğrafyacı</i>)	Arap	Harîdetü'l-'acâ'ib ve ferîdetü'l-ğarâ'ib	1450	Avrupa, Afrika ve Arap ülkeleri

Tablo 6. 15. Yüzyıl Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>Seyyah Adı</i>	<i>Kökeni</i>	<i>Eseri</i>	<i>Tarih</i>	<i>Gördüğü/Anlattığı Yerler</i>
<i>Hoca Gıyaseddin Nakkaş (Mirza Baysungur'un temsilcisi)</i>	Türk?	Acâibü'l-letâif	1419-1420	Çin
<i>Zosima (Diyakoz)</i>	Rus	Zosime (1889) "Vie & pèlerinage du diacre Zosime" in Mme. B. de Khitrowo, Itinéraires Russes en Orient. pp. 199-224. Genève: Imprimeri Jules-Guillaume Fick.	1419 1422	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Niccolò de' Conti (1385/1395?-1469) (Tüccar)</i>	Venedik	India in the Fifteenth Century (15. Yüzyılda Hindistan)	1419-1444	Hindistan, Endonezya ve Çin
<i>Francesco Filelfo (Humanist, Balyos)</i>	Ancona	-	1420 1424	
<i>John Poloner? (15. yüzyıl)</i>	Alman ya da Leh	Description of the Holy Land	1421	Kutsal Topraklara Yolculuk
<i>İsimsiz (Hacı)</i>	Rus	Anonymous (1889) "Description de Constantinople". in Mme. B. de Khitrowo (1889) Itinéraires Russes en Orient. pp. 225-242. Genève: Imprimeri Jules-Guillaume Fick.	1424 1453	İstanbul, Kutsal topraklara yolculuk
<i>Giovanni Torzelo</i>	Floransa	-	1427-1439	II. Murad'ın sarayında yanında 12 sene (Edirne'de)
<i>Michault Taillevent (Şair)</i>	Fransa	-	1430	Jura Dağları (Alpler)
<i>Bertrandon de la Bro(c)quière (Ajan, hacı)</i>	Fransa	Bertrandon De La Broquiere'in Denizaşırı Seyahati	1432 1433	Kutsal topraklar, Anadolu, İstanbul, Balkanlar

Tablo 6. 15. Yüzyıl Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>Seyyah Adı</i>	<i>Kökeni</i>	<i>Eseri</i>	<i>Tarih</i>	<i>Gördüğü/Anlattığı Yerler</i>
<i>İsimsiz (Hacı)</i>	Ermeni	S. Brock (1967) "a Medieval Armenian Pilgrim's Description of Constantinople" Revue de études Arméniennes, 4, pp. 81-103.	1434	İstanbul, Kutsal topraklara yolculuk
<i>Giosafat (Josaphat) Barbaro (1413-1494) (Diplomat, seyyah ve tüccar)</i>	Venedik	Di messer Iosofat Barbaro, gentliuomo veneziano, il viaggio della Tana e Persia (Anadolu'ya ve İran'a Seyahat)	1436-1452 1473-1479	Tana, İran, Çukurova, Güneydoğu ve Doğu Anadolu vd.
<i>Ferrara İlyas (Elijah of Ferrara) (Talmudist ve)</i>	Ferrara	-	1437-1438	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Pe(d)ro Tafur (Seyyah, tarihçi, yazar) (1410-1484)</i>	Kastilya, İspanya	Pero Tafur Seyahatnamesi	1437 1438	Kutsal topraklar, Kahire, İstanbul, Edirne, Bursa vd.
<i>Abdürrezzâk es-Semerkindî (öl. 887/1482)</i>	İranlı, Timur İmparatorluğu	-	1441-1443, 1446	İran, Anadolu vb.
<i>John Capgrave (1393-1464)</i>	İngiliz	The Solace of Pilgrims (Hacıların Avuntusu)	1450	1450'deki Bağışlanma Yılında Roma'ya hac ziyareti
<i>Konstantin Mihailović (Ostravcalı Constantine) (Yeniçeri, yazar)</i>	Sırp	Bir Yeniçerinin Anıları	1451-1463	Osmanlı toprakları, Bohemya, Macaristan, vd.
<i>Nestor-İskender (Asker, yazar)</i>	Belarus-Osmanlı	"İstanbul Çar Şehrinin Hikâyesi (Şehrın Kuruluşu ve 1453 Yılında Türkler Tarafından Alınışı)"	1452-1453	İstanbul ve şehrin Türkler tarafından fethedilmesi
<i>Nicolò Barbaro (Hekim)</i>	Venedik	Konstantiniyye Muhasarası Ruznamesi	1453	İstanbul
<i>Alvise Cadamosto (1432-18 Temmuz 1488) (Denizci, kâşif ve köle tüccarı)</i>	Venedik	Navigazioni	1455, 1466	Batı Afrika

Tablo 6. 15. Yüzyıl Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>Seyyah Adı</i>	<i>Kökeni</i>	<i>Eseri</i>	<i>Tarih</i>	<i>Gördüğü/Anlattığı Yerler</i>
<i>Antoniotto Usodimare (Usus di Mare)(1416-1462) (Tüccar, kâşif)</i>	Ceneviz	Mektup	1455, 1456	Batı Afrika
<i>William Wey (veya Way) (1407-1476)</i>	İngiliz	The Itineraries of William Wey	1456, 1458, 1462	Santiago de Compestela, Kutsal topraklara yolculuk (2 defa)
<i>Jacobo de Promontorio de Campis (Tüccar, vakanüvis)</i>	Ceneviz		1460	İstanbul
<i>Pedro de Sintra (Portekizli kâşif)</i>	Portekizli	-	1461-1462	Liberya ve Sierra Leone
<i>Afanasy Nikitin (öl. 1474)</i>	Rus	A Journey Beyond the Three Seas, Travel Notes During His Journey to India in 1466–1472 (Üç Deniz Ötesine Seyahat)	1466-1472	Kazan Hanlığı, Astarhan Hanlığı, Akkoyunlu Devleti, Timurlu Devleti, Behmen Türk Sultanlığı, Osmanlı Devleti, Kırım Hanlığı toprakları (Rusya'dan Hindistan'a)
<i>Caterino Zeno (Diplomat ve seyyah)</i>	Venedik	Dei commentarii del viaggio in Persia	1471	İran, Polonya, Macaristan vd.
<i>Giovanni Maria Angiolello (Fatih'in esiri) (1451-1525)</i>	Venedik	A Short Narrative of the Life and Acts of the King Ussun-Cassano, by Giovan Maria Angiolello	1472-1481	İstanbul, Anadolu, İran vd.
<i>Hans von Waltheim (1422-1479) (Belediye Başkanı, tuz madeni işletmecisi)</i>	Alman	Die Pilgerfahrt des Hans von Waltheim im Jahre 1474	1474-1475	Provence'taki Mecdelli Meryem'e adanmış ünlü bir hac yeri olan Saint-Maximin-la-Sainte-Baume
<i>Ambrogio Contarini (Venedik'in İran büyükelçisi) (1429-1499)</i>	Venedik	Il viaggio del magnifico del messer Ambrosio Contarini, ambasciadore della illustrissima Signoria di Venezia al gran signore Ussuncassan, re di Persia	1474-1477	Orta Avrupa, Ukrayna, Kırım, Kafkasya, İran

Tablo 6. 15. Yüzyıl Seyyahları ve Seyahat Ettikleri Ülkeler/Yerler (Devam)

<i>Seyyah Adı</i>	<i>Kökeni</i>	<i>Eseri</i>	<i>Tarih</i>	<i>Gördüğü/Anlattığı Yerler</i>
<i>Domenico Romano</i>	Venedik	Viaggio d'un mercante nella Persia (Bir Tüccarın İran'daki Seyahati)	1470'ler ve sonrası	Anadolu'nun doğusu, Azerbaycan, İran vd.
<i>Felix Fabri (1440-1502)</i>	Alman	Evagatorium	1480-1483	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Bernhard von Breydenbach (1454-1497)</i>	Alman	Peregrinationes in Terram Sanctam	1483	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Conrad Grünenberg (öl. 1494)</i> (<i>Darphane sorumlusu, mühür ve arma meraklısı</i>)	Alman	Beschreibung der Reise von Konstanz nach Kudüs (Konstanz'dan Kudüs'e Yolculuğun Tarifi)	1486	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Bertinorolu Rabbi Obadiah (1445-1515)</i> (<i>Haham</i>)	İtalyalı Yahudi	Mektuplar	1486-1488	Kutsal topraklara Yolculuk
<i>Isaie (Keşiş)</i>	Rus	Isaie (1889) "Récit de la Sainte-Montagne d'Athos, par le moine Isaie" In Mme. B. de Khitrowo (1889) Itinéraires Russes en Orient. pp. 259-266. Genève: Imprimeri Jules-Guillaume Fick	1489	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Pietro Casola (1427-1507):</i>	Milanolu	Canon Pietro Casola's Pilgrimage to Jerusalem in the Year 1494	1494	Kutsal topraklara yolculuk
<i>Gerolamo (Hiernemio) di Santo Stefano (Tüccar)</i>	Cenevizli	Mektup	1494-1499	Aden, Hindistan, Maldivler vd.
<i>Arnold von Harff de Cologne (Şövalye)</i>	Alman	The Pilgrimage of Arnold von Harff, Knight, from Cologne	1496 1499	Çeşitli kutsal yerlere hac yolculukları
<i>Gilles le Bouvier (Diplomat)</i>	Fransız	Le Livre de La Description Des Pays	15. yüzyıl	İngiltere, İskoçya, Almanya vd.
<i>Laskaris Kananos (Lascaris Cananus):</i>	Yunan		15. yüzyıl	Norveç, Kuzey Avrupa ülkeleri

Turizm Tarihi İncelemeleri



Murat HANILÇE

Karadeniz Teknik Üniversitesi Fatih Eğitim Fakültesi Tarih Öğretmenliği Bölümünden mezun oldu (1996). Yüksek lisans derecesini Gaziosmanpaşa Üniversitesinden Yığınçağ Tarihi dalından (2009), doktora derecesini de Gaziosmanpaşa Üniversitesinden Yeniçağ tarihi dalından aldı (2014). Bayburt Üniversitesinde okutman olarak çalışmaya başladı (2009). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümünde öğretim görevlisi olarak atandı (2010). Doçentlik unvanını Yığınçağ Tarihi alanında aldı (2019). Hâlen Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesinde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları kent tarihi, Osmanlı tarihi, Avrupa tarihi, ulaşım ve haberleşme tarihi, seyyahlar ve seyahatnamelerdir.

YKS 2022 Sonuçları Ardından Turist/Turizm Rehberliği Programları Üzerine Bir Değerlendirme

Nazım ÇOKIŞLER

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) sonuçlarının açıklanması sadece öğrenciler tarafından değil, akademisyenler tarafından da merakla beklenmektedir. YKS sonuçları, yeni öğretim yılında bölümlere kaydolacak öğrencilerin profilleri hakkında ilk izlenimleri vermekte ve bölümlerin iç değerlendirmelerinde kullanılacak somut veriler sunmaktadır. 2019 yılından beri YKS hakkında Yükseköğretim Kurumu (YÖK) YÖK-Atlas veri tabanı oldukça kapsamlı veriler sunmaktadır. Ancak son sınava ait detaylı veriler henüz açıklanmamış, sadece genel istatistikler açıklanmıştır.

2022-YKS sonuçları Türkiye’de uygulanan eğitim politikaları açısından ayrı bir öneme sahiptir. 2021 yılında birinci ek yerleştirmelerden sonra çok sayıda kontenjanın boş kalması üzerine ikinci kez ek yerleştirme hakkı tanınmış ve bir üniversiteye kaydolabilmek için gerekli taban puan Temel Yeterlilik Testinde (TYT) 150’den 140’a, Alan Yeterlilik Testinde (AYT) ve Yabancı Dil Yeterlilik Testinde (YDT) 180’den 170’e düşürülmüştü. YÖK tarafından 11.02.2022’de yapılan açıklama ile baraj puanı uygulaması 2022-YKS için tamamen kaldırılmış (yok.gov.tr), yani adaylar aldıkları puana bakılmaksızın tercih yapabilecek konuma gelmiştir. Alınan bu kararın gerekçesi, sınava giren adayların yaklaşık üçte birinin baraj altında kalması olarak gösterilmektedir. 2021 yılında TYT’ye giren 2 milyon 426 bin öğrencinin yaklaşık 700 bini barajı geçememiş (Öztürk 2022), bu durum üniversite kontenjanlarının boş kalmasına neden olmuştu. Yeni düzenlemede aday-

ların yerleştirme puanının hesaplanabilmesi için Türkçe veya Matematik testlerinden yarım net çıkarmaları yeterli hale gelmiştir. Bu nedenle, barajın kaldırılma kararının tercihler ve kontenjanlar üzerindeki etkilerini görebilmek için YKS-2022’ye ait veriler önem kazanmıştır.

Detaylı istatistikler açıklandıktan sonra daha kapsamlı analizler yapmak mümkün hale gelecek olsa da bu çalışmanın amacı, iki ve dört yıllık turist/turizm rehberliği programları hakkında açıklanan ilk verileri derleyerek okuyuculara sunmak ve genel bir değerlendirmesini yapmaktır.

YÖNTEM

Eylül ayı itibarıyla 2022-YKS sonuçlarına ilişkin elimizde iki veri seti bulunmaktadır. Açıklanan istatistikler; sınava giren tüm adaylara ait ortalama netler ve puanların yığınsal dağılımı (2022-YKS Sınav Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler) ve her bir bölüme yerleşen adaylara ait en düşük ve en yüksek puan ile kontenjanların doluluk oranlarına ilişkindir (2022-YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler). Bu çalışma turist/turizm rehberliği programlarına ait veriler ile sınırlı tutulmuş, iki ve dört yıllık programların tümü dâhil edilmiştir. Çalışma, 2022-YKS sonuçları hakkında açıklanan ilk verilerin 2021 verileri ile kıyaslanmasına dayalı bir değerlendirme yapmak amacıyla “En Düşük ve En Yüksek Puanlar”, “Kontenjan” ve “Doluluk Oranı” değişkenlerine bağlı veriler derlenerek ön lisans ve lisans programları için ayrı tablolar halinde sunulmuş ve 2021 sonuçları

ile kıyaslanmıştır. Lisans programları için ayrıca 2021-YKS'ye ait YDT netlerine yer verilmiştir.

DEĞERLENDİRME

Son iki yıla ait sayısal veriler arasındaki farka bakıldığında, sınava başvuran aday sayısının 2022'de arttığı görülmektedir. 2021-YKS'ye başvuran aday sayısı 2.592.390 iken, 2022-YKS'ye 3.234.318 aday başvurmuştur. 2021'de TYT'ye 2.416.974, AYT'ye 1.627.145 ve YDT'ye 104.917 kişi, 2022'de ise TYT'ye 3.008.287, AYT'ye 1.852.678

ve YDT'ye 132.485 kişi katılmıştır (2021 YKS Sayısal Verileri; 2022 YKS Sayısal Verileri).

Tablo 1'e göre 2021 ve 2022'de YKS kılavuzunda yer alan dört yıllık eğitim veren birim sayısı 51'dir. Tablo 1'de birimler, ilgili bölüme 2022'de son sırada yerleşen adayın puanına diğer bir ifadeyle taban puana göre sıralanmış şekilde gösterilmektedir. Lisans birimleri içinde *Yaşar Ü. UBYO Burslu ve İngilizce* birimi ilk sıradaki yerini korumuştur. Devlet üniversitelerine bağlı birimler arasında hem 2021 hem de 2022'de en yüksek

Tablo 1. Lisans Bölümlerine Ait YKS-2022 Verilerinin YKS-2021 Verileri İle Karşılaştırması

Birim Adı	En Düşük ve En Yüksek Puanlar				Kontenjan		Doluluk (%)		YDT Netleri	
	En Düşük	En Yüksek	En Düşük	En Yüksek	2022	2021	2022	2021	2022	2021
	(2022)	(2022)	(2021)	(2021)						
Yaşar Ü. UBYO (Burslu) (İngilizce)	431	440	396	402	3	3	100	100	-	70,0
Nişantaşı Ü. UBYO (Burslu)	404	418	359	372	5	5	100	100	-	63,4
İstanbul Gelişim Ü. İİSB Fak. (Burslu)	401	409	353	377	5	5	100	100	-	61,5
Akdeniz Ü. TF	392	451	362	418	50	50	100	100	-	64,4
Anadolu Ü. TF	389	436	356	416	40	40	100	100	-	64,1
Ege Ü. TF	383	455	347	405	55	55	100	100	-	60,8
İzmir Kâtip Çelebi Ü. TF	373	449	336	410	60	60	100	100	-	56,8
Aydın Adnan Menderes Ü. TF	363	418	325	368	50	50	100	100	-	53,2
Akdeniz Ü. Manavgat TF	361	440	325	376	60	60	100	100	-	54,9
Muğla Sıtkı Koçman Ü. TF	360	425	314	364	30	30	100	100	-	50,5
Pamukkale Ü. TF	347	394	308	415	60	60	100	100	-	47,2
Akdeniz Ü. Manavgat TF (İÖ)	343	376	311	356	40	40	100	100	-	47,3
Batman Ü. TİOYO	343	322	220	298	35	35	100	33	-	21,5
Balıkesir Ü. TF	339	434	301	403	60	60	100	100	-	45,8
Aydın Adnan Menderes Ü. TF (İÖ)	339	442	300	332	40	40	100	100	-	44,7
Mersin Ü. TF.	338	440	298	418	60	60	100	100	-	47,5

Tablo 1. Lisans Bölümlerine Ait YKS-2022 Verilerinin YKS-2021 Verileri İle Karşılaştırması (Devam)

Birim Adı	En Düşük ve En Yüksek Puanlar				Kontenjan	Doluluk (%)		YDT Netleri		
	En	En	En	En		2022	2021	2022	2021	
	Düşük (2022)	Yüksek (2022)	Düşük (2021)	Yüksek (2021)						
Bolu Abant İzzet Baysal Ü. TF	331	376	286	420	40	40	100	100	-	42,4
Öndokuz Mayıs Ü. TF	322	364	280	330	50	50	100	100	-	37,5
Balıkesir Ü. TF (İÖ)	322	338	276	313	40	40	100	100	-	36,7
Selçuk Ü. TF	321	393	275	361	30	30	100	100	-	37,7
Sakarya Uygulamalı Bilimler Ü. TF	321	393	280	396	60	60	100	100	-	41,2
İsparta Uygulamalı Bilimler Ü. TF	315	351	274	351	40	40	100	100	-	37,0
Erciyes Ü. TF	314	365	263	386	60	60	100	100	-	34,6
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Ü. TF	312	414	273	367	50	50	100	100	-	37,4
İskenderun Teknik Ü. TF	306	359	247	309	30	30	100	100	-	28,7
Afyon Kocatepe Ü. TF	306	443	261	308	50	50	100	100	-	33,2
Kırklareli Ü. TF	305	373	260	328	40	40	100	100	-	34,2
Necmettin Erbakan Ü. TF	299	383	253	352	50	50	100	100	-	27,9
Yaşar Ü. UBYO (%50 İndirimli) (İngilizce)	299	386	207	329	18	18	100	89	-	33,9
Sakarya Uygulamalı Bilimler Ü. TF (İÖ)	297	364	251	342	50	50	100	100	-	30,4
Zonguldak Bülent Ecevit Ü. Ereğli TF	294	352	242	293	40	40	100	100	-	27,0
Selçuk Ü. Beyşehir Ali Akkanat TF	287	355	241	316	40	40	100	100	-	26,9
Karabük Ü. Safranbolu TF	286	356	241	339	30	30	100	100	-	28,8
Aksaray Ü. TF	284	332	236	298	40	40	100	100	-	22,7
Bilecik Şeyh Edebali Ü. UBF	278	320	239	303	40	40	100	100	-	27,7
Yaşar Ü. UBYO (İngilizce)	277	298	234	234	2	2	100	50	-	17,8
Afyon Kocatepe Ü. TF (İÖ)	275	305	232	296	40	40	100	100	-	23,2
Sinop Ü. TİOYO	275	363	233	291	60	60	100	100	-	24,0
Mardin Artuklu Ü. TF	271	319	231	280	30	30	100	100	-	23,7
Atatürk Ü. TF	266	380	245	296	100	30	100	100	-	28,2

Tablo 1. Lisans Bölümlerine Ait YKS-2022 Verilerinin YKS-2021 Verileri İle Karşılaştırması (Devam)

Birim Adı	En Düşük ve En Yüksek Puanlar				Kontenjan		Doluluk (%)		YDT Netleri	
	En	En	En	En	2022	2021	2022	2021	2022	2021
	Düşük (2022)	Yüksek (2022)	Düşük (2021)	Yüksek (2021)						
Çanakkale 18 Mart Ü. TF (SİTR)	266	325	200	296	50	50	100	86	-	-
Ankara H. B. Veli Ü. TF (SİTR)	265	350	211	261	60	60	100	24	-	-
Kastamonu Ü. TF	263	328	206	344	50	50	100	89	-	20,7
Nişantaşı Ü. UBYO (%50 İndirimli)	262	375	211	348	27	24	100	67	-	27,6
Nişantaşı Ü. UBYO	259	259	-	-	1	1	100	0	-	-
Adıyaman Ü. TF	257	387	213	284	40	40	100	61	-	21,4
İstanbul Gelişim Ü. İİSB Fak.(%50 İndirimli)	254	382	212	342	25	31	100	48	-	30,3
Karamanoğlu Mehmetbey Ü. UBYO	253	312	224	257	30	30	100	58	-	17,8
Gümüşhane Ü. TF	252	408	217	259	50	50	100	62	-	20,6
Çankırı Karatekin Ü. İlgaz TOYO	248	307	206	249	50	50	100	46	-	19,1
Harran Ü. TOİYO	244	476	223	361	40	40	100	63	-	24,1

Kaynak: 2022 ve 2021-YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler tablolarından derlenmiştir. İtalik yazılar Vakıf Üniversitelerini göstermektedir.

puanla öğrenci kabul eden *Akdeniz Ü. TF* 2021'de ikinci sırada iken, 2022'de dördüncü sıraya gerilemiştir. Her iki yılın ilk beş sırasına bakıldığında birimlerin aynı olduğu ancak sıralamalarının değiştiği; vakıf üniversitelerine bağlı burslu birimlerin üst sıralara çıkarken, bu durumun devlet üniversitelerini alt sıralara ittiği görülmektedir.

İki yılın en düşük ve yüksek puanlarına bakıldığında, 2022 yılı puanlarında bir önceki yıla göre bariz bir artış görülmektedir. Lisans birimlerinde en düşük ve en yüksek taban puanlar 2021'de 200 ile 396; 2022'de ise 244 ile 431 aralığındadır. 2021'de lisans bölümlerine ait taban puan ortalaması 268 iken, 2022'de 312'ye çıkmıştır. *Harran Ü. TOİYO* birimi dört yıllık bölümler içinde 2022 taban puanında 244 puan ile en son sırada yer almasına rağmen, tavan puanda 476 ile ilk sırada yer alması da ilgi çekicidir. En yüksek ve

en düşük puanlar arasındaki fark ortalama 100 puan iken, *Harran Ü. TOİYO*'da bu fark 232'ye yükselmiştir.

2021'de 2039 olan toplam kontenjan 2022'de 67 artarak 2106'ya çıkmıştır. Üç lisans biriminin kontenjanı değişmiş, iki birimin kontenjanı artarken bir biriminki azalmıştır. *Atatürk Ü. TF* biriminin kontenjanının 30'dan 100'e çıkması kayda değerdir. Doluluk oranlarına bakıldığında 2021'de 14 birim kontenjanını dolduramamışken, 2022'de tüm birimler yüzde yüz doluluk oranına ulaşmış, lisans birimleri için ortalama doluluk oranı 2021'de yüzde 87,7 iken, 2022'de yüzde 100'e çıkmıştır.

2022-YKS'ye ait YDT net ortalamaları henüz açıklanmamış olsa da 2021 verilerine bakılması yerinde olacaktır. Tablo 1'de yer alan 51 birimden 49'u (2 SİTR birimi hariç) 80 sorudan oluşan yabancı

dil testi sonuçlarına göre öğrenci kabul etmektedir. Tablo 1'in son sütunu ilgili birime yerleşen tüm adayların YDT'deki ortalama net sayılarını

göstermektedir. Buna göre, en yüksek ortalama 70 ve en düşük 17,8 iken tüm birimlerin ortalaması 37'dir.

Tablo 2. Ön Lisans Bölümlerine Ait YKS-2022 Verilerinin YKS-2021 Verileri ile Karşılaştırması

Birim Adı	En Düşük ve En Yüksek Puanlar				Kontenjan		Doluluk (%)	
	En	En	En	En	2022	2021	2022	2021
	Düşük (2022)	Yüksek (2022)	Düşük (2021)	Yüksek (2021)				
İstanbul Ayvansaray Ü. Plato MYO (Uzaktan) (Burslu)	402	436	378	506	9	9	100	100
Kapadokya Ü. Kapadokya MYO (Uzaktan) (Burslu)	383	443	335	418	24	23	100	100
İstanbul Aydın Ü. Anadolu Bil MYO (Burslu) (İngilizce)	359	381	294	307	9	8	100	100
Marmara Ü. Sosyal Bilimler MYO	343	423	288	367	60	60	100	100
Kapadokya Ü. Kapadokya MYO (Burslu)	341	391	281	327	9	9	100	100
İstanbul Ayvansaray Ü. Plato MYO (Burslu)	337	364	263	317	6	6	100	100
Muğla Sıtkı Koçman Ü. Ortaca MYO (Uzaktan)	330	476	257	359	71	60	100	100
Niğantaşı Ü. Niğantaşı MYO (Burslu)	329	343	260	301	7	6	100	100
İstanbul Arel Ü. MYO (Burslu) (İÖ)	323	363	289	322	10	8	100	100
İstanbul Arel Ü. MYO (Burslu)	319	334	264	364	5	8	100	100
İstanbul Gelişim Ü. Gelişim MYO (Burslu)	312	366	240	284	10	10	100	100
İstanbul Esenyurt Ü. MYO (Burslu)	307	313	238	284	5	6	100	100
İstanbul Gelişim Ü. Gelişim MYO (Burslu) (İÖ)	303	332	261	341	10	8	100	100
Antalya Akev Ü. MYO (Burslu)	295	304	243	283	3	5	100	100
İstanbul Ayvansaray Ü. Plato MYO (%50 İndirimli)	293	390	222	371	51	54	100	100
Muğla Sıtkı Koçman Ü. Marmaris MYO	288	431	238	306	60	60	100	100
Akdeniz Ü. Demre Hasan Ünal MYO	286	458	231	342	60	60	100	100
Pamukkale Ü. Denizli Sosyal Bilimler MYO	284	374	217	270	30	30	100	100
Nevşehir Hacı Bektaş Ü. Ürgüp Turizm MYO	278	383	227	330	80	80	100	100
Muğla Sıtkı Koçman Ü. Ortaca MYO	277	366	217	278	50	50	100	100
Kocaeli Ü. Kartepe Turizm MYO	275	360	218	303	60	60	100	100
Van Yüzüncü Yıl Ü. Van MYO	272	374	215	329	45	45	100	100

Tablo 2. Ön Lisans Bölümlerine Ait YKS-2022 Verilerinin YKS-2021 Verileri ile Karşılaştırması (Devam)

Birim Adı	En Düşük ve En Yüksek Puanlar				Kontenjan		Doluluk (%)	
	En	En	En	En	2022	2021	2022	2021
	Düşük (2022)	Yüksek (2022)	Düşük (2021)	Yüksek (2021)				
Nevşehir Hacı Bektaş Ü. Ürgüp Turizm MYO (İÖ)	271	368	203	298	60	60	100	100
Bursa Uludağ Ü. İznik MYO	266	324	210	317	50	50	100	100
Kıbrıs İlim Ü. Uyg. Bilimler MYO (Burslu) (İngilizce)	266	275	210	222	3	2	100	100
Ankara Ü. Beypazarı MYO	265	412	210	359	65	65	100	100
Çanakkale Onsekiz Mart Ü. Ayvacık MYO	261	407	208	285	60	60	100	100
Kapadokya Ü. Kapadokya MYO (Uzaktan) (%25 İndirimli)	260	381	182	332	136	127	100	84
Karabük Ü. Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar MYO	246	365	184	313	35	35	100	100
Niğantaşı Ü. Niğantaşı MYO (%50 İndirimli)	240	297	188	251	40	33	100	42
Kapadokya Ü. Kapadokya MYO (%50 İndirimli)	239	341	176	265	51	51	100	51
Bingöl Ü. Bingöl Sosyal Bilimler MYO	238	354	185	350	20	20	100	62
Niğantaşı Ü. Niğantaşı MYO	236	236	-	-	1	1	100	0
Çanakkale Onsekiz Mart Ü. Ayvacık MYO (İÖ)	235	337	178	218	46	40	100	44
Malatya T. Özal Ü. Kale Turizm ve Otel İşl. MYO	234	320	193	252	34	25	100	39
Harran Ü. Halfeti MYO	233	360	172	251	30	30	100	49
Kütahya Dumlupınar Ü. Çavdarhisar MYO	231	335	193	200	25	25	100	12
Isparta Uyg Bilimler Ü. Yalvaç MYO	230	382	172	276	40	40	100	59
İstanbul Aydın Ü. A. Bil MYO (%50 İndirimli) (İngilizce)	229	348	176	264	51	45	100	76
Selçuk Ü. Silifke Taşucu MYO	228	297	184	276	50	50	100	58
Kütahya Dumlupınar Ü. Sosyal Bilimler MYO	226	365	191	269	60	60	100	24
Burdur M. Akif Ersoy Ü. Yeşilova İ. Akın MYO	226	291	184	295	35	35	100	36
Erzincan B. Yıldırım Ü. Turizm ve Otelcilik MYO	223	320	174	268	24	24	100	28
Selçuk Ü. Akşehir MYO	222	305	193	312	40	40	100	32
Selçuk Ü. Beyşehir Ali Akkanat MYO	222	300	180	347	40	40	100	51
İstanbul Gelişim Ü. Gelişim MYO (%50 İndirimli)	221	298	176	256	30	55	100	16
İstanbul Ayvansaray Ü. Plato MYO (%50 İndirimli)	218	332	189	243	38	34	100	24

Tablo 2. Ön Lisans Bölümlerine Ait YKS-2022 Verilerinin YKS-2021 Verileri ile Karşılaştırması (Devam)

Birim Adı	En Düşük ve En Yüksek Puanlar				Kontenjan		Doluluk (%)	
	En	En	En	En	2022	2021	2022	2021
	Düşük (2022)	Yüksek (2022)	Düşük (2021)	Yüksek (2021)				
İstanbul Arel Ü. MYO* (%50 İndirimli)	217	305	193	242	20	42	100	24
İstanbul Arel Ü. MYO (%50 İndirimli)	212	285	201	223	25	41	100	10
İstanbul Gelişim Ü. Gelişim MYO (%50 İndirimli) (İÖ)	200	281	176	176	30	42	100	2
İstanbul Esenyurt Ü. MYO (%50 İndirimli)	197	285	-	-	20	34	100	0
Antalya Akev Ü. MYO (%50 İndirimli)	188	291	205	207	20	25	95	8
Kıbrıs İlim Ü. Uyg. Bilimler MYO (%50 İndirimli) (İngilizce)	174	241	-	-	20	13	30	0
Muğla Sıtkı Koçman Ü. Marmaris Turizm MYO (İÖ)	-	-	212	282	-	55	-	100

Kaynak: 2022 ve 2021-YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler tablolarından derlenmiştir. İtalic yazılar, Vakıf Üniversitelerini göstermektedir.

Tablo 2, ön lisans programlarına ait verileri, 2022 taban puanına göre sıralanmış şekilde göstermektedir. Tablo 2'ye göre 2021 ve 2022'de YKS kılavuzunda yer alan ön lisans eğitimi veren birim sayısı 54'tür. 2021 ve 2022 yıllarında ilk üç birim aynı kalmış, tümü vakıf üniversitelerinin tam burslu birimleri olmuş, ilk iki sırada uzaktan eğitim veren birimler yer almıştır.

Ön lisans programlarının en düşük puan ortalamaları 2021'de 219 iken, 2022'de 266'ya yükselmiştir. Taban puanı düşen tek birim ise *Antalya Akev Ü. yüzde 50 Burslu* birimi olmuştur. Ön lisans birimlerinde en yüksek ve en yüksek taban puanlar ise 2021'de 172 ile 378; 2022'de ise 174-402 arasında değişmiştir.

2021'de 1964 olan ön lisans kontenjanı, 2022'de 1873'e gerilemiştir. Aradaki 91 farkın 55'i *Muğla Sıtkı Koçman Ü. Marmaris Turizm MYO (İÖ)* biriminin öğrenci almamasından, geriye kalan 36'sı başta vakıf üniversitelerinin ücretlileri olmak üzere çeşitli birimlerin kontenjanlarını azaltmasından kaynaklanmıştır. 2021'de 25, 2022'de ise vakıf üniversitelerine ait *yüzde 50 İndirimli* eğitim veren iki birim kontenjanını dolduramamış, 2021'de yüzde 69,1 olan ortalama doluluk oranı 2022'de yüzde 98,6'ya çıkmıştır. Kontenjanı dol-

mayan birimlerin en düşük puanla öğrenci alan birimler arasında yer aldıkları dikkati çekmektedir. Ön lisans birimlerinin kontenjanlarında lisans birimlerine kıyasla daha fazla değişiklik olmuş, 54 birimin 24'ünün kontenjanı değişmiş; 10'u azalmış, 14'ü artmıştır. Kontenjan indirimine giden 10 birimin tümü vakıf üniversitelerine bağlı iken, kontenjan artışı yapan 14 birimden 11'i vakıf, 3'ü ise devlet üniversitelerine bağlıdır. Kontenjanları artan 14 birimden 2 devlet ve 5 vakıf olmak üzere 7'si bir önceki yılda kontenjanlarını dolduramamış olmalarına rağmen kontenjan artışına gitmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

2022 YKS verileri genel olarak değerlendirildiğinde, 2021'de boş kalan turist rehberliği kontenjanlarının neredeyse tamamının dolduğu ve puanlarda genel bir artış olduğu görülmektedir. 2021'de lisans bölümlerine ait taban puan ortalaması 268; ön lisans programlarının taban puan ortalaması 219 iken, 2022'de taban puanlar sırasıyla 312 ve 266'ya yükselmiştir. Programların doluluk oranları ise 2021'de lisans bölümlerinde yüzde 87,7 ve ön lisans programlarında yüzde 69,1 iken, 2022'de sırasıyla yüzde 100 ve yüzde

98,6'ya çıkmıştır. Rakamlar programların daha fazla tercih edildiğini gösterse de bu, turist rehberliği programlarına özgü bir durum değildir; Türkiye genelinde tüm bölümlerde yaşanmıştır. Çeşitli gazetelerde konuyu değerlendiren uzmanlara göre bu durum; barajın kaldırılmasına bağlı olarak sınava giren aday sayısının artması, sınav süresinin yarım saat uzatılması ve soruların önceki yıla kıyasla daha kolay olmasının bir sonucudur. Nitekim 2021'de 180 barajını sayısalda 390.000, sözelde ise 560.000 kişi aşmışken, 2022'de 180 puanı aşan sayısı sayısalda 752.000 ve sözelde 1.151.486 kişiye ulaşmıştır (Atagün 2022). Bu nedenle söz konusu artışın ne kadarının turist rehberliği eğitimine yönelik ilgi artışından kaynaklandığı açık değildir.

Lisans bölümlerinde eğitim veren birim sayısı artmamasına rağmen kontenjanlar artmaya devam etmiş, ön lisans programlarında ise küçük bir geri çekilme olmuştur. Lisans birimlerinin kontenjanları 1 ile 100 arasında, ön lisans birimlerinin kontenjanları ise 1 ile 136 arasında değişmiştir. 1 kişilik kontenjana sahip birimler vakıf üniversitelerine bağlı birimlerdir. 136 kontenjana sahip birim vakıf üniversitesine bağlı (*Kapadokya Ü. Kapadokya MYO (Uzaktan) (yüzde 25 İndirimli)*) uzaktan öğretim verirken, 100 kontenjana sahip lisans birimi bir devlet üniversitesidir (*Atatürk Ü. TF*). 100 kontenjan devlet üniversitelerine bağlı turist rehberliği programları için şimdiye kadar verilen en yüksek kontenjandır. Hem lisans hem de ön lisans birimlerinin ortalama kontenjanları ise 40-60 arasında yoğunlaşmasına rağmen, 2021'de *Neveşehir Hacı Bektaş Ü. Ürgüp Turizm MYO*'ya ait olan en fazla kontenjan (80 kişi) böylece 100'e ulaşmıştır. En yüksek kontenjanların önce 80 ve ardından 100'e çıkarılmış olması, şu an için 40-60 arasında olan ortalama kontenjanların gelecek yıllarda artarak önce 60-80 ve sonra da 80-100 bandına çıkacağına işaret ediyor olabilir.

Ön lisans programları içinde ilk iki sıranın vakıf üniversitelerinin burslu ve uzaktan öğretim veren birimleri olması, yerleşen adaylar netleştikten sonra demografik özelliklerinin incelenmesini gerektiren bir durumdur. En başarılı öğrencilerin vakıf üniversitelerine bağlı burslu birimleri

tercih etmiş olma ihtimalleri yanında, adayların ikinci üniversitelerini okumaları ve yaş ortalamalarının yüksek olması ihtimalleri de göz önünde bulundurulmalıdır. Lisans programlarında YDT netlerinin ortalaması yarıdan azdır. Bu durum öğrencilerin lisans mezuniyetlerinden sonra turist rehberliği mesleği için gerekli olan yabancı dil şartını kolaylıkla sağlayamamalarına etki eden bir unsur olarak yorumlanabilir. Detaylı verilerin açıklanmasının ardından önceki yılların sonuçları ile yapılacak kıyaslamalar 2022-YKS sonuçları ve turist rehberliği eğitime yönelik talep hakkında daha kapsamlı yorumların yapılmasını sağlayacaktır.

KISALTMALAR

AYT = Alan Yeterlilik Testi

Fak = Fakülte

İİSBF = İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi

İÖ = İkinci Öğretim

MYO = Meslek Yüksekokulu

SİTR = Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği

TF = Turizm Fakültesi

TİOYO = Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

TOYO = Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu

UBYO = Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Ü = Üniversitesi

YDT = Yabancı Dil Testi

YO = Yüksekokul

KAYNAKÇA

Atagün, Z. (2022). YKS'de Puan-Sıralama Uçurumu... Matematik En Etkisiz Yılı. *Hürriyet*, <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/yksde-puan-siralama-ucurumu-matematigin-en-etkisiz-yili-42103149>, Erişim tarihi: 6 Eylül 2022.

Öztürk, F. (2022). Üniversiteye Girişte Baraj Puanı Kaldırıldı: Diplomalı İşsizlik Artar mı? *BBC Türkçe*, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-60385874>, Erişim tarihi: 06 Eylül 2022.

Yükseköğretim Kurulunun Yükseköğretim Kurumları Sınavına (YKS) İlişkin Aldığı Kararlar Üniversiteye Girişte TYT ve AYT Baraj Puanı Uygulaması Kaldırıldı, <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2022/yok-ten-yks-ye-iliskin-kararlar.aspx>, Erişim tarihi: 06 Eylül 2022.

2021-YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler (2021), <https://www.osym.gov.tr/TR,21286/2021-yks->

Turist Rehberliği İncelemeleri

yerlestirme-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html, Erişim tarihi: 06 Eylül 2022.

2022-YKS Sınav Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler (2022), <https://www.osym.gov.tr/TR,23867/2022-yks-sinav-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html>, Erişim tarihi: 06 Eylül 2022.

2022-YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler (2022), <https://www.osym.gov.tr/TR,23913/2022-yks->

yerlestirme-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html, Erişim tarihi: 06 Eylül 2022.

Nazım ÇOKIŞLER, Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balatçık Mah, Havaalanı Şosesi Cd. No:33/2, 35620 Atatürk Osb/Çiğli/İzmir.

E-posta: nazim.cokisler@ikcu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3273-7472



Nazım ÇOKIŞLER

2001’de Ege Üniversitesi Çeşme MYO Turist Rehberliği Bölümü ön lisans programından, 2003’te Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm Rehberliği lisans programından mezun oldu. Yüksek lisans ve doktora derecelerini Ege Üniversitesi Türk Dünyası Araştırmaları Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı’ndan aldı (2007; 2013). 12 yıl aktif olarak turist rehberliği yaptıktan sonra İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi’nde Yardımcı Doçent Doktor olarak çalışmaya başladı (2014). Halen aynı üniversitede Dr. Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel alışma alanları, turist rehberliği eğitimi ve somut olmayan kültürel mirastır.

Evlıya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistematik Dizin) (Marianna Yerasimos)

Marianna YERASİMOS

Yapı Kredi Yayınları

Üçüncü Baskı

16,5x24 cm., 434 cm.

ISBN: 9789750845680



GİRİŞ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi' nin bu sayısından itibaren "Kitap Tanıtımı" başlığı altında turizm literatürüne katkı yapan öncü ve örnek alınabilecek kitapları tanıtan yazılara yer vereceğim. Bu sayıda Marianna Yerasimos'un yazdığı ve üçüncü baskısı Yapı Kredi Yayınları'ndan çıkan *Evlıya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistematik Dizin)* kitabını tanıtmaya çalışacağım.

Kitap, üniversitelerin bünyesinde ülkemizdeki sayıları giderek artan Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerindeki akademisyen ve lisansüstü öğrencilerin kitaplıklarında bulunması gereken bir yayındır. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinin sayısı son on yılda ülkemizde oldukça hızlı bir şekilde arttı. Yeterli sayıda ve nitelikte öğretim elemanlarının var olup olmadığına bakılmaksızın onlarca üniversitede Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinin açılmaya başlanması, bu bölümlerdeki derslerin ilgili alanda çok da uzman olmayan kişilerce verilmesine yol açmasının yanı sıra müfredatın öğretim elemanlarının mevcut uzmanlıklarına göre belirlenmesini de beraberinde getirdi. Bu durum da sonuçta Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde aşçılık ve yiyecek-içecek yönetimi dallarının ağırlıklı olduğu bir içerikte eğitimin oluşmasına yol açtı. Öte yandan alanla ilgili yeterli sayıda uzman öğretim üyesinin olmaması, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri alanına yönelik

açılan yüksek lisans ve doktora programlarının içeriğini de etkiledi. Buralarda hazırlanan tez çalışmalarının ağırlıklı olarak yiyecek-içecek yönetimi ve aşçılık dallarında hazırlanmasına yol açtı. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri, esas itibariyle disiplinlerarası bir çalışma dalı olarak pek çok akademik çalışma dalı ve sektörel bilgi ile ayrılmaz bir ilişki içindedir. Bütün bu konuların bu bölümlerdeki derslerde, araştırmalarda ve lisansüstü tez çalışmalarında incelenmesi beklenir. Bu bağlamda bu yazıda tanıtımını yapacağım kitap, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde görevli akademisyen ve lisansüstü öğrencileri tarafından örnek alınabilecek bir çalışma olarak dikkati çekmektedir.

YAZAR HAKKINDA

Evlıya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistematik Dizin) kitabının yazarı Marianna Yerasimos, 1947 yılında İstanbul'da doğan bir yayıncı ve araştırmacıdır. Liseyi Zeynep Rum Kız Lisesi'nde okudu, ardından İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü'nden mezun oldu ve çocuk eğitimi alanında uzmanlaştı. 1973-1984 yılları arasında Gözlem Yayınları'nın kurucuları arasında yer aldı ve yayınevinde özellikle eğitim ve çocuk kitaplarının editörlüğünü yaptı. 1988-2006 yıllarında İstanbul'un ilk uzmanlaşmış gravür galerisi olan Galeri Alfa'yı kurdu ve Osmanlı toplumunun gündelik yaşamını betimleyen gravürlerle ilgili sergi ve yazı çalışmalarını sürdürdü. 2002

yılında Osmanlı mutfağının gelişim ve değişim sürecini inceleyen ve Osmanlı belgelerinden seçilerek çağdaş mutfağa uyarlanmış 99 yemek tarifini de içeren *500 yıllık Osmanlı Mutfağı* kitabını yazdı. Türkçe, İngilizce ve Yunanca yayınlanan kitap, bugüne kadar bu üç dilde toplam 13 baskı yaptı. *İstanbullu Bir Ailenin Mutfak Serüveni* başlığını taşıyan kitabı ise 2019 yılında yayımlandı. *Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü; Yorumlar ve Sistematik Dizin* adlı kitabının ilk baskısı 2011'de yapıldı. Evliya'nın 10 ciltlik Seyahatnamesine dayanarak 17. yüzyıl Osmanlı dünyasının ve çevresinin beslenme alışkanlıklarının bir panoramasını sunan çalışma, *Dünya Kitap / Ehlikeyif Dergisi* tarafından 2012 yılının "En iyi Gastronomi Kitabı" ödülüne layık görüldü¹.

EVLIYA ÇELEBİ VE SEYAHATNAMESİ

Kitabın tanıtımına geçmeden önce, kitapta yer alan çalışmanın veri tabanı olan *Evliya Çelebi Seyahatnamesi* ile bu seyahatnamenin yazarı Evliya Çelebi hakkında bilgi verelim.

Evliya Çelebi, 25 Mart 1611 tarihinde İstanbul'un Unkapanı semtinde doğdu (Yerasimos 2019: 17). Babası, Evliya Çelebi doğduğunda 70 yaşlarında olan Derviş Muhammed Zilli'dir. Evliya'nın doğduğu dönemde babası Saray'ın kuyumcubaşısıdır. Aslen Kütahyalı olan baba, Evliya Çelebi'nin anlatımlarına göre 1534'te doğmuş, Kanuni Sultan Süleyman'ın pek çok seferine katılmış. Derviş Muhammed Zilli, 1648 yılında 117 yaşında vefat etmiştir. Annesi ise Abaza kökenlidir ve Evliya'nın yaşamında önemli bir yeri olan, kısa bir dönem sadrazamlık görevinde de bulunmuş Melek Ahmet Paşa'nın yakın akrabasıdır (Yerasimos 2019: 17). Evliya Çelebi, ayrıca dönemin devlet adamlarından İpşir Paşa ve Defterzade Mehmet Paşa ile de anne tarafından akrabadır ((Yerasimos 2019: 17).

İyi bir dini eğitim gören Evliya, güzel sesli bir hafız, musiki yeteneğiyle tanınan bir hanende ve dairezendi (Yerasimos 2019: 17). Kadir Gecesi'nde (1636) Ayasofya'da sekiz saat ezberden Kuran okuyunca Sultan'ın ilgisini çeker ve saraya alınır.

Evliya, Saray'da iki yıl kalır. Enderun'da eğitimini sürdürür, şiir, yazı, muzikî ve Kuran dersleri alır. IV. Murad'ın meclisine katılır. 1638 yılında Bağdat Seferi'nden önce, 40 akçe yevmiye ile sipahi ocağına girerek saraydan ayrılır ve İstanbul dışındaki yolculuklarına başlar (Yerasimos 2019: 17).

Evliya, seyahatlerinin gerekçesini, gördüğü bir rüya ile açıklar. Seyahatnamesinde anlattığına göre 19 yaşında iken rüyasında İslam Peygamberi Hz. Muhammed'i görür, ellerini öpüp "Şefaati yâ Resullallah" diyeceği yerde "Seyahat yâ Resullallah" der. Hz. Muhammed de "Allah'ım şefaati, seyahati ve ziyareti sağlık ve esenlikle kolaylaştır" demesine üzerine Evliya Çelebi'nin yollara düştüğünü anlatmaktadır (Kahraman ve Dağlı 2011).

Evliya Çelebi Seyahatnamesi, dünyada hazırlanmış bilinen en kapsamlı ve en uzun seyahatname metnidir. Gezilen yerlerin coğrafi genişliği bağlamında ise İbn Batutat'dan sonra gelir. *Seyahatname*, Evliya Çelebi'nin 1630-1681 yılları arasındaki 51 yılda gerçekleştirdiği gezilerindeki gözlemlerini, duyduklarını ve yaşadıklarını içermesinin yanı sıra otobiyografi özelliği de olan bir çalışmadır. "*Seyâhatnâme* ilk olarak 1848'de Kahire Bulak Matbaasında Müntehâbât-ı Evliya Çelebi adıyla yayımlandı. İkdâm Gazetesi sahibi Ahmed Cevdet Bey ile Necib Asım Bey, Pertev Paşa Kütüphanesi'ndeki nüshayı esas alarak 1896 yılında İstanbul'da basmaya başladılar. 1902 yılına kadar ancak ilk altı cildi yayımlanabildi. Yedinci ve sekizinci ciltleri 1928'de Türk Tarih Encümeni, dokuz ve onuncu ciltleri ise 1935-1938 yılları arasında yeni harflerle Türkiye Cumhuriyeti Maarif Vekâleti tarafından yayımlandı. *Seyahatname*'nin 1814 yılında Joseph von Hammer-Purgstall tarafından keşfedilmesinden sonra birçok yabancı bilim insanı Çelebi hakkında araştırmalar yaptı, eseri birçok dile çevrildi ve yayımlandı. Orhan Şaik Gökyay, *Seyahatname*'nin birinci cildini 1996'da Latin alfabesine çevirdi ve bu tarihten sonra eser, daha çok kişi tarafından incelenmeye başlandı."² *Seyahatname*'nin şu an piyasada olan

¹ <https://www.yapikrediyayinlari.com.tr/yazarlar/marianna-yerasimos> (Erişim tarihi: 13. 09. 2022).

² [https://tr.wikipedia.org/wiki/Seyahatn%C3%A2me_\(Evliya_%C3%87elebi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Seyahatn%C3%A2me_(Evliya_%C3%87elebi)) (Erişim tarihi: 13. 09. 2022).

baskıları, Yapı Kredi Yayınları tarafından yapılmış olup, ilk yayımı 2003 yılında yapılan bu kitaplar, Seyit Ali Kahraman ile Yücel Dağlı tarafından yayına hazırlandı.

Evliya Çelebi Seyahatnamesi, yüzlerce konuyu içeren ve bu konulara ilişkin bilgiler veren, farklı okuma ve araştırmalara olanak veren, çok katmanlı bir yapıya sahip benzersiz bir çalışmadır (Yerasimos 2019: 20). Evliya, seyahatnamesinde Osmanlı dünyasının ve komşu yerleşimlerin coğrafi, siyasi, toplumsal ve duygusal yapısını nakleder, öte yandan da gündelik yaşamın ayrıntılı bir panoramasını çizer (Yerasimos 2019: 20).

Seyahatname, Osmanlı devletinin o dönemdeki sınırlarını içerse de yer yer Viyana ve Ukrayna gibi Osmanlı toprağı olmayan coğrafyalar hakkında da anlatılara yer vermektedir. *Seyahatname*'nin en önemli özelliklerinden biri de Evliya'nın gittiği yerlerle ilgili anlatılarında belirli bir sistematiği izlemesidir. Örneğin, gittiği yerleşimlerdeki cami sayısı, esnaf, dükkân, kervansaray, han-hamam gibi bilgileri yaklaşık sayılarla vermedeki gösterdiği özen, *Seyahatname*'nin en önemli özelliklerinden biridir.

KİTAP

Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistematiği Dizin) başlıklı kitabın ilk baskısı, 2011 yılında Kitap Yayınevi tarafından yapılmış. Aynı yayınevinde 2014 yılında kitabın ikinci baskısı yapılmış. Kitabın üçüncü baskısını ise Yapı Kredi Yayınları 2019 yılında yapmış. Tanıtımını yapacağımız kitap, 2019 yılındaki üçüncü baskıya ait.

Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistematiği Dizin) başlıklı kitap, "Birinci Ayrım" ve "İkinci Ayrım" olmak üzere iki kısımdan oluşuyor. "Birinci Ayrım" 12 alt bölümden oluşuyor. Bunlar; "*Seyahatname*'de Mutfak Eşyaları, Kap Kacak ve Sofra Gereçleri", "*Seyahatname*'de Hayvansal ve Bitkisel Yağlar", "*Seyahatname*'de Baharat ve Diğer Tatlandırıcılar", "*Seyahatname*'de Ekmekler, Çörekler ve Diğer Unlu Mamuller", "*Seyahatname*'de Etler, Tavuklar ve Diğer Kanatlılar", "*Seyahatname*'de Çorbalar", "*Seyahatname*'de Pirinç ve Pirinç Pilavları", "*Seyahatname*'de Balıklar ve Diğer Su

Ürünleri", "*Seyahatname*'de Sebzeler ve Baklagiller", "*Seyahatname*'de Meyveler ve Meyvelerle Ünlü Kentler", "*Seyahatname*'de Tatlılar" ve "*Seyahatname*'de İçecekler: Şerbet, Boza, Kahve ve Şarap". Kitabın sonunda ayrıca "Listeler" ve "Kaynakça" bölümleri yer alıyor.

Kitabın hazırlanma amacı, yazar tarafından şöyle açıklanmış: "Elinizdeki çalışmanın amacı, öncelikle bu malzemeyi (*Seyahatname*'deki) sistemli hale getirerek olabildiğince eksiksiz bir şekilde tanıtmak, sonra da "*Seyahatname*'den hareketle ve eldeki kaynaklardan yararlanarak dönemin beslenme alışkanlıklarını, en geniş anlamıyla Osmanlı yemek kültürünü irdelemektir. Kitabın birbirine bağlı, ancak ayrı ayrı da yararlanılabilecek iki bölümden oluşması, bu yöndendir (Yerasimos 2019: 12).

Seyahatname'nin on cilt ve yirmi kitaptan oluşan çalışmada yiyecek-içecek odaklı bir okumanın sonucunda, Osmanlı dünyasının ve komşu coğrafyalardaki beslenme alışkanlıkları, gıda üretimi, tüketimi ve ticareti konularındaki bilgileri alfabetik dizin haline getirerek ilk aşamada yaklaşık 4.100 maddelik veritabanı niteliğinde, Evliya'nın yalnızca adlarını belirttiği gıda maddelerinden oluşan dizin oluşturulmuş (Yerasimos 2019: 12).

Seyahatname'de yer alan bilgilerle ilgili olarak yazar, şunları özellikle belirtiyor: "Evliya Çelebi yemek tarifleri vermez (tek istisna Sekizinci Bölüm'de bulabileceğimiz hamsi pilakisi tarifidir), yemek pişirme yöntemlerinden ya da sağlıklı beslenmeden nadiren söz eder. Yemek adlarını ve çeşitlerini ancak ziyafetler ya da mütevazî ikramlar vesilesiyle kaydeder ve genellikle malzemeleri hakkında bilgi vermez. Nadiren bazı yiyecekleri, okura 'yani' bağlayıcıyla açıklama ihtiyacı duyar.

.....

Evliya, *Seyahatname*'de yiyeceklere ayrılmış bu belli başlı bölümler dışında, on cildin herhangi bir yerinde, çeşitli vesilelerle, örneğin yolculuk sırasında menzillerde yenen yemekleri, verilen tayınatları, resmi ziyafetleri ya da İstanbul ve Kahire'de yapılan Esnaf Alaylarına katılan yiyeceklerle ilgili meslek erbabını sayarken gıda

maddelerinden söz etme fırsatını bulur.” (Yerasimos 2019: 12-13).

Kitabın “Birinci Ayrımı”nda yer alan 12 bölümün hazırlanmasında olabildiğince aynı inceleme yaklaşımına sadık kalınmış. “*Seyahatname*’de Mutfak Eşyaları, Kap Kacak ve Sofra Gereçleri” başlığında öncelikle *Seyahatname*’de adı geçen belli başlı kap kacak ve sofraya gereçlerinin neler olduğuna ilişkin bir tablo yer alıyor. Sonrasında da bu kap kacak ve sofraya gereçleri sınıflandırılarak ayrı ayrı incelenmiş. Bu bölümde ortaya çıkan sınıflandırmaların başlıkları şöyledir: “Fağfuri, mertebani ve diğer avaniler”, “cam, billur ve mecef kaplar, şişeler”, “metal avaniler” ve “toprak ve ağaç kaplar”.

“*Seyahatname*’de Hayvansal ve Bitkisel Yağlar” başlığında hazırlanan İkinci Bölüm’de yemeklerde kullanılan hayvansal ve bitkisel yağlar incelenmiş. Yağlar, cinsleri ile kullanıldıkları coğrafyalar bağlamında gösteren bir tablo ile gösterilmiş. Örneğin Asfür yağının (yalancı safran yağı) Mısır coğrafyasında kullanıldığını bu tablodan öğreniyoruz.

Üçüncü Bölüm’de “*Seyahatname*’de Baharat ve Diğer Tatlandırıcılar” yer almaktadır. Yazar, bu kısım ile ilgili şu bilgileri vermektedir: “*Seyahatname*’nin baharat envanteri epey zengindir. Evliya baharattan, taze ve kurutulmuş otlardan, hem yemeklere çeşni ve koku veren tatlandırıcı hem de tıbbi amaçla kullanılan ‘edviye’ (ilaç) olarak bahseder. Bu da doğaldır çünkü 17. yüzyıla ait bir metinde, baharat ile ilaç, yemeklik ot ile deva otu arasında kalın bir çizgi, kesin bir ayırım söz konusu değildir. Sağlığa yararlı maddeler olarak kabul edilen baharat ile otların Osmanlı tıbbında ilaç ve macun imalatında önemli yeri olduğu gibi *Seyahatname*’de de adı geçen baharat ile otların büyük bölümüne mutfaklardan çok macunların havan ve küplerine rastlarız.” (Yerasimos 2019: 64). Yazar, *Seyahatname*’de adı geçen baharat, tatlandırıcılar, tohumlar ve deva otlarının adını, Latince adını ve kullanım alanlarını içeren bir tabloda göstermiş. Kitapta ayrıca IV. Mehmet’in ve Gülmüş Sultan’ın tayımatındaki baharatları gösteren bir tablo daha yer almaktadır. Kitapta yer alan son tabloda ise

Seyahatname’de adı geçen temel baharatın mutfaktaki kullanımına yer vermiş.

“*Seyahatname*’de Ekmekler, Çörekler ve Diğer Unlu Mamuller” başlıklı Dördüncü Bölüm; “*Seyahatname*’de ekmekler”, “*Seyahatname*’de çörek, simit, kâhi, kete ve diğerleri” ve “*Seyahatname*’de börekler” olmak üzere üç alt başlıktan oluşuyor. Türk beslenme kültüründe vazgeçilmez yeri olan ekmek ve diğer unlu mamullerin *Seyahatname*’de epey fazla yer aldığı anlaşılıyor. Yazar kitapta *Seyahatname*’de geçen ekmek/nân çeşitleri ve yörelerine ilişkin bilgilere tablo halinde yer vermiş. Örneğin, arpa ekmeği Kırım ve Mısırdaki; mekik ekmeği Akhisar’da; Osmanlı ekmeği ise Mısır’da üretilmekte ve tüketilmektedir. Dördüncü Bölüm’de unlu mamuller ve yörelerine, 17. yüzyıl İstanbul mutfağında börekler ve börek çeşitleri ve yöreleri bilgilerini içeren tablolara da yer verilmiş.

Kitabın Beşinci Bölümü “*Seyahatname*’de Etler, Tavuklar ve Diğer Kanatlılar” başlığını taşıyor. Bu bölüm de kendi içinde “*Seyahatname*’de etler”, “*Seyahatname*’de tavuklar, av kuşları ve diğer kanatlılar” ve “*Seyahatname*’de av etleri ve seyyahın muttat besisi etleri dışında yediği etler” başlıklarını taşıyor. Yazar, *Seyahatname*’de koyun eti ve sakatatı satan aşçılarla ilgili verilerden yararlanarak dükkân sayısı ile çalışan sayılarına bir tabloda yer vermiş. Bu bölümde yer alan diğer bir tabloda ise “Evliya’nın besisi etleri dışında yediği et çeşitleri”ne de yer verilmiş.

Altıncı Bölüm’de ise “*Seyahatname*’de Çorbalar” yer alıyor. Çorbaların “nimet-i kadim” olduğunu ileri süren *Evliya Çelebi Seyahatnamesi*’nde çorbalarla ilgili epey açıklama yer alıyor. Bölümdeki açıklamalar içerisinde 17. yüzyılda Osmanlı ve çevre coğrafyasındaki toplumların mutfakların çorbalar ve yörelerine yer veren bir tablo yer alıyor. Bölümün sonunda çorbalarla ilgili yer alan şu ifadeleri önemli olarak kaydetmek gerekir: “Çorba bölümünü kapatmadan Evliya’nın elli bir yıllık seyahatlerinde kaydettiği tek amberli çorbanın, Bitlis’te Abdal Han’ın “zorunlu” misafiryken sabah kahvaltısında gümüş tepsi içinde reçeller ve mutabbak çöreklerle birlikte ikram edilen amberli çorba olduğunu belirtelim. Altı çizilecek diğer nokta, övgüye değer çorba-

lar arasında üç çeşit balık çorbasının bulunmasıdır. İstanbul'da "nazuk" kefal balığı çorbası, Trabzon'da "hapsi" (hamsi) çorbası, İznik'te sala balığı çorbası." (Yerasimos 2019: 110).

"*Seyahatname*'de Pirinç ve Pirinç Pilavları" kitabın Yedinci Bölümü'nde yer alıyor. Kitapta, Evliya'nın menşei belirtilen 18 pirinç çeşidinden altısının Mısır pirinci (Mısır, Birimdâl, Dimyât, Fereskûr, Raşîd), üçünün İran pirinci (Gilan, Hoy, Revan), ikisinin Balkan yöresi pirinci (Arnavud Belgradı/Berat, Filibe), birinin Hindistan, altısının ise Anadolu pirinci olduğu açıklanıyor. Kitapta yer alan bir tabloda 1599-1681 yılları arasında İstanbul'daki pirinç ve buğday fiyatlarına ilişkin bilgiler bulunuyor. Diğer bir tabloda ise bazı imaretlerdeki pilavların bilgileri vardır.

Sekizinci Bölüm'de "*Seyahatname*'de Balıklar ve Diğer Su Ürünleri" başlığı altında yer alan bilgiler, yazarın deyişiyle "... seyyahın balık ve balık yan ürünlerinin tüketimiyle ilgili kaydettikleri, Osmanlı yemek kültürüne bakışımıza yeni boyutlar kazandıran ve bu yanlarıyla da etraflıca ele alınmayı hak eden bilgilerdir." (Yerasimos 2019: 119). Bu bölümde balık ve diğer su ürünleri şu başlıklar altında incelenmiş: "Evliya'nın deryâ mahlûklarına genel bakışı", "İstanbul'un deniz ve göl balıkları", "Tarabefzûn (Trabzon) mâhilerinin memdûhâtlarının beyân eder", "*Seyahatname*'de tatlı su balıkları", "Tuna'nın balıkları, dalyanlar ve balık yan ürünleri", "*Seyahatname*'de balık pişirme yöntemleri" ve "Evliya'ya göre balığın faydaları". Kitapta tablo halinde yer alan bilgilerin konuları ise şu şekildedir: "17. yüzyılda İstanbul'da satılan balıklar ve fiyatları" ve "*Seyahatname*'de balıklar ve deryâ haşeratları".

Dokuzuncu Bölüm'ün başlığı "*Seyahatname*'de Sebzeler ve Baklagiller" dir. Yazara göre *Seyahatname*'deki toplam gıda maddelerinin yüzde 3,12'sini sebzeler oluştururken, 12 baklagil çeşidinin toplam gıda maddeleri içindeki payı ise yüzde 0,53 olarak bulunmuştur.

"*Seyahatname*'de Meyveler ve Meyveleriyle Ünlü Kentler" başlığını taşıyan bilgiler, kitabın Onuncu Bölümü'nde yer alıyor. Evliya'nın meyvelere olan düşkünlüğünden olacak, kitabın bu bölümü epey kapsamlı. Bölümün alt başlıkları

şu şekilde belirlenmiş: "*Seyahatname*'de meyve cinsleri, çeşitleri ve özellikleri", "*Seyahatname*'de meyveleriyle anılan kentler" [Bursa, Tarabefzûn (Trabzon), Sabanca (Sapanca), Amasiyye (Amasya), Azim Karabağlar ve Karabağ-ı Küçük (Karabağ), Erzincan, Lâdik, Engürü (Ankara), Beğbâzârı (Beypazarı), Geyve, Konya, Meram Bağı, Gezze, Urfa, Darende, Harput, Sofya (Vitoş Yaylası), Edirne, Malatiyye, Aspuzu Bağı (Malatya), Diyârbekir (Diyarbakır), Bitlis, Van, Rûmiyye (Umramiye, Azerbaycan eyaleti-İran), Hemedan/Gazvin/Kâşan), Bağdat, Bavzarköy (Orhangazi-Bursa), Gemleyik (Gemlik), Bozca (Bozcaada), Travnik (Bosna-Hersek), Köstendil (Bulgaristan), Altımil Karyesi (Bulgaristan), Peçoy (Peç-Macaristan), Kırım (Sudat bağı), Bereketli (Daton-Yunanistan), Yenişehir (Larisa-Yunanistan), Koron (Koroni-Yunanistan), Girit, Arhonoz-ı bağı-ı İramistân (Arhonoz bağı), Ohri, İzmir, Urla, Sultânhisâr/Nazilli, İstanköy (Kos-Yunanistan), Adalya ve Alâ'iyye (Antalya ve Alanya), Maraş, Kal'a dâr-ı enbiyâ Hazret-i r-rahmân (el-Halil-Batı Şeria), Şam-ı Şerif (Şam), Mısır, İstanbul meyveleri ve "Meyvelerin tüketimi". Bölümde tablo halinde *Seyahatname*'de meyveler ve İstanbul'da 1640 yılındaki bazı meyvelerin fiyatları bilgileri de bulunuyor.

On Birinci Bölüm'de ise "*Seyahatname*'de Tatlılar" yer alıyor. Bölümdeki alt konuları yazar, şu şekilde sınıflandırmış: "Bal, pekmez ve şeker", "Şeker", "*Seyahatname*'de meyveli tatlılar", "*Seyahatname*'de unlu tatlılar, helvalar (Güzelhisar'ın (Aydın) helvahaneleri ve helvaları)" ve "Şekerlemeler: Mülebbes, akide, ağda ve şekerden tasvirler". Yazar, bu bölümde yer verdiği tablolarda *Seyahatname*'de adı geçen tatlıların listesine yer vermiş. Buna göre *Seyahatname*'de 303 tatlı çeşidinin olduğu anlaşılıyor. Diğer bir tabloda ise şeker çeşitlerine ilişkin bilgiler yer alıyor.

Kitabın Birinci Kısmı'nın sonundaki On İkinci Bölüm'ün başlığı "*Seyahatname*'de İçecekler: Şerbet, Boza, Kahve ve Şarap" şeklinde belirlenmiş. Bu bölümün alt başlıkları ise şu şekilde yer alıyor: "Sarhoş etmeyen içecekler: Leziz sular, şerbetler, çaylar, kahveler (Saf, hafif, boğuk sular, şifalı sular; Soğuk şerbetler, sıcak şerbetler, süt,

mahlep, salep ve diğerleri; kahve ve kahvehaneler)", "Âdemi ayağından alan" İçecekler: Boza, Bal Suyu, Müselles (Boza, Müselles, bal suyu, vişnâb, hardaliye)", "Sarhoş Eden İçecekler: Şarap, arak ve diğerleri". Bu bölümde o dönemde İstanbul'da faaliyet gösteren meyhanelerin semtlere ve semtlerdeki cemaat yoğunluklarına ilişkin bilgilere de yer verilmiş.

Kitabın İkinci Kısmı'nda dizin yer alıyor. Kapsamlı bir şekilde hazırlanan Dizin'de alfabetik olarak *Seyahatname*'de tespit edilen kavramlar, gıda maddeleri, yerleşim adları vb. sözcüklere yer verilmiş. Dizinde ayrıca her bir sözcüğün hangi bölümde ve sayfada yer aldığı bilgisi de yer alıyor.

Kitapta yer alan diğer bir bilgiye de "Listeler" başlığı altında yer verilmiş. Burada Birinci Kısım'daki 12 alt bölümün her birinde yer alan kavram, ad ve sözcüklerin listesi yer alıyor. Örneğin "*Seyahatname*'de adı geçen kap kacak ve sofraya geçmeleri" adlı Birinci Bölüm'de 416 adet sözcük, ad ve kavram yer alırken, bunların toplam içindeki ağırlığı yüzde 10,45 olarak hesaplanmış. Diğer 11 bölüm de aynı şekilde düzenlenmiş.

DEĞERLENDİRME

Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistemik Dizin) başlığını taşıyan kitapta Marianna Yerasimos, Evliya Çelebi'nin hazırladığı dünyanın en kapsamlı seyahatnamesini yemek kültürü bağlamında incelemiş ve literatüre önemli bir eser kazandırmış. Yemek tarihi konusu, Türkçe literatürde son 20 yılda hazırlanan birkaç çalışma ile başladı. Gerek arşiv çalışması gerekse de elimizdeki kitapta olduğu gibi böylesine kapsamlı bir seyahatnamenin satır satır, hem de birkaç yılı alan bir dönemde incelenmesi,

meşakkatli bir çalışmayı gerektirir. Birkaç on kişiyle basit bir anketi yürüterek akademik kariyer yapmak isteyenlerin pek tercih edebilecekleri bir iş değildir.

Evliya'nın *Seyahatnamesi* pek çok yönden incelenmiş olmasına karşılık yapılanların yeterli olduğu söylenemez. Anadolu Üniversitesi'nde, emekliliğine yakın dönemlerde Turizm İşletmeciliği Doktora öğrencilerine yönelik "Evliya Çelebi Seyahatnamesi Okumaları" başlıklı bir ders açmış, bu dersi iki öğrencinin seçmesiyle bir deneme yapma olanağına olmuştu. Bu dersin işleniş sırasında bu dersin ne denli gerekli olduğuna ilişkin görüşlerim perçinleşmişti. Aynı şekilde seyahatlerini kitaba dönüştürmüş pek çok seyyahın anlatılarının kültür tarihinin yanı sıra turizm ve yemek tarihi çalışmaları için de önemli olduğu ortadadır. Turizm, seyahat ve gastronomi eğitimi ve araştırmalarına derinlik kazandırabilmek için Evliya Çelebi'nin yanı sıra diğer seyyahların anlatılarını veri tabanı olarak ele alan çalışmaların artmasına gereksinme vardır. Marianna hanımın bu çalışmasının turizm ve gastronomi alanında çalışan akademisyen ve lisansüstü öğrencilere örnek olması dileğiyle.

KAYNAKÇA

Kahraman, S. A. ve Dağlı, Yücel (2011). *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi (İstanbul)* (Altıncı baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Yerasimos, M. (2019). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistemik Dizin)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Nazmi KOZAK, Prof. Dr., Emekli öğretim üyesi, P. K. 109, 06444 Yenışehir, Ankara

E-posta: nazmi.kozak@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0859-8874



Nazmi KOZAK

Afyon'da doğdu. İlkokulu Sultandağı'nda Yeşilçiftlik İlkokulu'nda, ortaöğrenimini ise Yeşilçiftlik Ortaokulu'nda ve Sultandağı Lisesi'nde tamamladı. Çocukluk ve gençlik dönemlerini Sultandağı'nda geçirdi. Daha sonra Çukurova Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1986). Hacettepe Üniversitesi, İşletme Ana Bilim Dalı Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı'nı (1991), Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı'nı tamamladı (1996). Başkent Üniversitesi'nde yardımcı doçent kadrosuna atandı (1998). Doçent unvanını aldı (2006). Anadolu Üniversitesi'nde profesörlük kadrosuna atandı (2011). Anadolu Üniversitesi'nden emekli oldu (2022).



ETKİNLİK NOTLARI

Editör: Çağdaş AYDIN
E-posta: aydincagdass@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 33, Sayı 2, Güz: 161 - 162, 2022
Copyright © 2022 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2022)
<https://doi.org/10.17123/atad.1186696>

Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu

Mehmet Tahir DURSUN – Burcu YAMAN SELÇİ

Pamukkale Üniversitesi
Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Türk dünyasını oluşturan ülkeler arasındaki kültürel uyum, Türk toplumlarının ortak değerleri aracılığıyla gün geçtikçe ilerleme göstermektedir. Küresel sistemde kültürel aktarım, ortak tarihi öğeler gibi değişen dinamikler bu toplumların farklı alanlarda iş birliği yapmasına imkân sağlamaktadır. Bu kapsamda Türk dünyasından bilim insanlarının turizm ekonomi ve ortak değerleri içeren kültürel miras öğeleri için bir araya gelmeleri ve paylaşımında bulunmaları önem taşımaktadır. Kültürel değerleri ve bilimsel gelişmeleri paylaşmak adına, Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu ev sahipliğinde ve UNESCO Türkiye Milli Komisyonu logo desteği ile düzenlenen “Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu” 23-24 Haziran 2022 tarihlerinde çevrimiçi olarak gerçekleştirildi.

Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu 23 Haziran Perşembe günü saat 10:00’da açılış oturumu ile başladı. Açılış konuşmaları, Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Nergis Biray, Pamukkale Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ahmet Kutluhan, Herakles Termal Otel Genel Müdürü Levent Altuntaş, Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkanı Prof. Dr. Muhsin Kar ve UNESCO Türkiye Milli Komisyon Başkanı Prof. Dr. Öcal Oğuz tarafından yapıldı. Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Nergis Biray konuşmasında, Türk devletleri arasında farklı alanlarda gerçekleştirilecek iş birliğinin önemine dikkat çekerken; Pamukkale Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ahmet Kutluhan günümüzde Türk dünyasının birlik ve beraberliğine duyulan ihtiyacı dile getirdi.

Açılış oturumundan sonra Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Serkan Bertan moderatörlüğünde panel oturumu devam etti. Farklı alanlarda bilimsel gelişmelere ve faaliyetlere dikkat çekmek amacıyla oturuma farklı üniversite ve disiplinlerden Prof. Dr. Şaban Nazlıoğlu (Pamukkale Üniversitesi), Prof. Dr. Cafer Topaloğlu (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi), Prof. Dr. Engin Deniz Eriş (Dokuz Eylül Üniversitesi), Doç. Dr. Berdi Sarıyev (Ankara Üniversitesi) ve Gastronomi Şefi Ebru Baybara Demir katıldı. İlk olarak Prof. Dr. Şaban Nazlıoğlu “Enflasyon, Faiz ve Kur İlişkisi: Fiyat İstikrarı Açısından Yeni Perspektifler” adlı sunumunu gerçekleştirdi. Sonrasında Prof. Dr. Cafer Topaloğlu “Turizm Çalışanlarının Mesleki Gelecek Beklentileri”, Prof. Dr. Engin Deniz Eriş “Turizm İşletmelerinde Kuşakların Yönetimi”, Doç. Dr. Berdi Sarıyev “Mirasımız Türkmen Milli Bayrağı” ve Ebru Baybara Demir “Turizmde Kadın Girişimciliği: Gastronomi ve Kültür” başlıklı konuşmalarını gerçekleştirdi.

Sempozyum kapsamında panel oturumunun ardından Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Hierapolis salonunda Öğr. Gör. Neslihan Fatoş Arğun’un “SALIK” isimli sergisinin açılışı yapıldı. Sergi, Türk dünyasının ortak kültürel miras değerlerinden biri olan 12 hayvanlı Türk takvimini içeren ortada yuvarlak sarı güneş temsili, etrafında 12 üçgen parça üzerinde hayvan figürleri ile toplamda 13 parça olarak tepme keçe yöntemi ile hazırlandı. 2022 yılının Bars (pars) yılı olması nedeniyle Bars figürü basma keçe kullanılarak renklendirildi. Sergi sempozyum süresince ziyaretçilerin beğenisine sunuldu.

Sempozyumun ilk günü, açılış oturumu, panel oturumu ve sergi açılışı sonrası birbirini izleyen beş sunum oturumuyla sonlandı. Sempozyumun

ikinci gününde paralel oturumlar gün boyu devam etti. Ardından Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Nergis Biray başkanlığında yapılan kapanış oturumu ile sempozyum sonlandırıldı. Kapanış oturumunda Prof. Dr. Mustafa Arslan, Prof. Dr. Serkan Bertan, Prof. Dr. Aydın Sarı, Doç. Dr. Berdi Sarıyev, Doç. Dr. Maral Annayevna Taganova, Doç. Dr. Elçin İbrahim, Doç. Dr. Kenesbayeva Shynar Sakenovna, Dr. Nurgül Karıbekova ve Dr. Khurshida Khodjayeva Sharafitdinovna yer alarak sempozyumda sunulan bildirilerin alanları, konuları, dağılımları ve sempozyumun yapısı hakkındaki görüşlerini belirtti.

Türk dünyasından çeşitli alanlardan bilim insanlarının bir araya geldiği sempozyuma Arnavutluk, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Makedonya, Özbekistan ve Türkmenistan olmak üzere yedi ülke ve 16 farklı üniversite katılım sağladı. Toplamda 63 bildirinin yer aldığı sempozyumda turizm, ekonomi Türk dünyası ve kültürel miras özelinde konulara yer verildi. Turizm alanında; Türk dünyasında turizm, kültürel turizm, turist davranışı, otel işletmeleri ve yeşil enerji kullanımı, gelir yönetimi, hizmet kalitesi, turizm gelirleri, gastronomi şehirlerinin web sayfaları ve turizm alanında

yer alan çalışmaların bibliyometrik analizi konularında sunumlar gerçekleştirildi. Ekonomi alanında; makroekonomik istikrar, enflasyon, turizm endeksi ve döviz kuru ilişkisi, havayolu taşımacılığı döviz kuru ilişkisi, yönetim, denetim, ulaşım ve taşımacılık özelinde sunumlar yer aldı. Türk dünyası ve kültürel miras özelinde sunulan çalışmalarda ise; somut olmayan kültürel miras, kültürel miras katmanları, kültürel değerler, türkülerdeki kültürel kavramlar, kültür turizmdeki terimlerin benzerlikleri ve farklılıkları, Türkmen çocuk oyunlarında kullanılan oyuncaklar, geleneksel tören yemekleri, Türk toplumlarının edebiyatı, el sanatları ve seramikler üzerindeki hayvan motifleri ile Türk topluluklarının bayrakları üzerindeki amblemler, işleme ve motifler gibi konular yer aldı.

Mehmet Tahir DURSUN, Öğr. Gör. Dr. Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğilence Hizmetleri Bölümü, 20190, Denizli.

E-posta: mtdursun@pau.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3907-2469

Burcu YAMAN SELÇİ, Öğr. Gör. Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü, 20190, Denizli.

E-posta: bselci@pau.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7881-415X



Mehmet Tahir DURSUN

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2014). Yüksek Lisans derecesini Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan aldı (2017). Ayrıca, Eskişehir Osman-gazi Üniversitesi Turist Rehberliği Anabilim Dalı'ndan Yüksek Lisans derecesine sahiptir (2020). Doktora derecesini Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda aldı (2021). Halen Anadolu Üniversitesi Uzaktan Eğitim Doktora programında akademik eğitimine devam etmektedir. Yüksek Lisans ve Doktora öğrenimi süreci boyunca Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı (2015-2021). Doktora sonrası, akademik kariyerine Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda devam etmektedir. Temel çalışma alanları, turizm işletmeciliği, turist rehberliği, turizm fuarları ve özel ilgi turizmdir.



Burcu YAMAN SELÇİ

Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Ekonomi ve Finans Bölümü'nden mezun oldu (2017). Yüksek Lisans derecesini Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı'ndan aldı (2019). Halen Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı Doktora programında akademik eğitimine devam etmektedir. Akademik kariyerine Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda devam etmektedir. Temel çalışma alanları, uluslararası ticaret, ekonomi ve finansdır.

YAYIN DİZİNİ

Airbnb Kullanıcılarının "Hayal Kırıklığı" Üzerine Bir Araştırma, Derya DEMİRDELEN - Mithat DİNÇER Fusun İSTANBULLU DİNÇER, 33 (1): 7-17.

Box-Jenkins Yöntemiyle Turizm Talebinin Tahmin Edilmesi: Türkiye Örneği, Kurtuluş BOZKURT - Aytaç PEKMEZCİ - Hatice ARMUTCUOĞLU TEKİN, 33 (2): 77-86.

Değer İnanç Norm Teorisi Temelinde Çevresel Duyarlılık Davranışlarının Ölçümü, Feriyal FARHADİ - ANDARABİ Azize HASSAN, 33 (1): 81-93.

Dijital Seyahat Aracıları Marka Değerinin Müşteri E-Tatmini ile İlişkisi, Anil KÜTÜK - Burcu Selin YILMAZ, 33 (1): 56-67.

Doğa Yürüyüşçülerinin Öz-Liderliklerinde Duygusal Zekânın Rolü, Mehmet ERTAŞ - Mehmet IŞIK, 33 (1): 42-55.

Doğu Karadeniz Şehirlerinin Marka İletişimi Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma, Erdem TAŞDEMİR - Emre Ş. ASLAN - Ali Erkam YARAR, 33 (1): 29-41.

Ekonomik Yapı ile Fertlerin Rekreatif Seyahat Harcamaları Arasındaki İlişki, Özkan TÜTÜNCÜ, 33 (2): 87-96.

Evlilya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistematik Dizin) (Marianna YERASİMOS), Nazmi KOZAK, 33 (2): 155- 160.

Gastrodiplomasi: Gastronomiye Diplomasi Penceresinden Bakış, Fikret SONER, 33 (2): 97-101.

Göstergebilim Yaklaşımı Kapsamında Turizm Mitleri Üzerine Bir İnceleme, Kübra AŞAN, 33 (2): 30-40.

İstanbul Park Otel (1930 - 1979), Dönüş ÇİÇEK - Nazmi KOZAK, 33 (2): 19-29.

Neden Gönüllülük? Nedenler ve Uyumsuzluklar Bağlamında Turizm Açısından Bir Araştırma, Beyza HATIRNAZ - Ece KONAKLIOĞLU, 33 (2): 53-64.

Otellerin Sosyal Medya Durum Analizi: Avrupa'daki Beş Destinasyon Örneği, Özge KILIÇARSLAN - Tahir ALBAYRAK, 33 (1): 18-28.

Restoran Zincirlerinin Finansal Başarısızlık Riskleri ve Covid-19'un Etkisi, Cemile ÖCEK - Fatma Senem BEYAZ - Erdiç KARADENİZ, 33 (2): 65-76.

Sosyal Medyada Seyahat İmrenişinin Seyahat Etme Niyetine Etkisi, Ferhat ŞEKER - Ahmet ERDEM - Kamil UNUR, 33 (2): 41-52.

Turizm Lisans Eğitim Programlarının Kontenjanlarının Değerlendirilmesi, Özkan TÜTÜNCÜ, 33 (1): 94-105.

Turizm Tarihinin Kaynakları - 4, Murat HANİLÇE, 33 (2): 102-145.

Turizm Tarihinin Kaynakları-3, Murat HANİLÇE, 33 (1): 106-140.

Turizmde Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Destinasyon Ziyaret Etme Niyeti ve Destinasyonları Önerme İstekliliğine Etkisi, Cansu ERTÜRK - Nezahat EKİCİ, 33 (1): 68-80.

Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu, Mehmet Tahir DURSUN - Burcu YAMAN SELÇİ, 33 (2): 161 - 162.

Üçüncü Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı'nın (MTCON) Ardından..., Hanım Kader ŞANLIOZ-ÖZGEN, 33 (1): 141-142.

Yerli Turistlerin Kendilerini Yabancılarla Karşılaştırması ve Hissettikleri Ayrışma, Gürkan AYBEK - Altan DEMİREL - Cansu Ece ÖNER, 33 (2): 7-18.

YKS 2022 Sonuçları Ardından Turist/Turizm Rehberliği Programları Üzerine Bir Değerlendirme, Nazım ÇOKIŞLER, 33 (2): 146 - 155.

YAZAR DİZİNİ

ALBAYRAK, T., 33 (1): 18-28.

ANDARABİ FARHADİ, F., 33 (1): 81-93.

ARMUTCUOĞLU TEKİN, H., 33 (2): 77-86.

ASLAN, E. Ş., 33 (1): 29-41.

AŞAN, K., 33 (2): 30-40.

AYBEK, G., 33 (2): 7-18.

BEYAZ, F. S., 33 (2): 65-76.

BOZKURT, K. 33 (2): 77-86.

ÇİÇEK, D., 33 (2): 19-29.

ÇOKIŞLER, N., 33 (2): 146 - 155.

DEMİRDELEN, D., 33 (1): 7-17.

DEMİREL, A., 33 (2): 7-18.

DİNÇER, M. Z., 33 (1): 7-17.

DURSUN, T., 33 (2): 161 - 162.

EKİCİ, N., 33 (1): 68-80.

ERDEM, A., 33 (2): 41-52.

ERTAŞ, M., 33 (1): 42-55.

ERTÜRK, C., 33 (1): 68-80.

HANİLÇE, M., 33 (1): 106-140; 33 (2): 102-145.

HASSAN, A., 33 (1): 81-93.

HATIRNAZ, B., 33 (2): 53-64.

IŞIK, M., 33 (1): 42-55.

İSTANBULLU DİNÇER, F., 33 (1): 7-17.

KARADENİZ, E., 33 (2): 65-76.

KILIÇARSLAN, Ö. 33 (1): 18-28.

KONAKLIOĞLU, E., 33 (2): 53-64.

KOZAK, N., 33 (2): 19-29; 33 (2): 155- 160.

KÜTÜK, A., 33 (1): 56-67.

ÖCEK, C., 33 (2): 65-76.

ÖNER, C. E., 33 (2): 7-18.

PEKMEZCİ, A., 33 (2): 77-86.

SONER, F., 33 (2): 97-101.

ŞANLIÖZ-ÖZGEN, H. K., 33 (1): 141-142.

ŞEKER, F., 33 (2): 41-52.

TAŞDEMİR, E., 33 (1): 29-41.

TÜTÜNCÜ, Ö., 33 (1): 94-105; 33 (2): 87-96.

UNUR, K., 33 (2): 41-52.

YAMAN SELÇİ, B., 33 (2): 161 – 162.

YARAR, A. E., 33 (1): 29-41.

2020 YILI HAKEM LİSTESİ

*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'*ne önerilen makalelerin değerlendirilmesindeki özverili çalışmalarından dolayı bütün hakemlere çok teşekkür ederiz, Editörlük

AKAL, Mustafa – *Sakarya Üniversitesi*

AKGÜNDÜZ, Yılmaz - *Dokuz Eylül Üniversitesi*

AKSÖZ, Emre Ozan - *Anadolu Üniversitesi*

AŞAN, Kübra - *Sinop Üniversitesi*

ATALI, Levent - *Kocaeli Üniversitesi*

AYDIN, İpek - *Dokuz Eylül Üniversitesi*

BEKTAŞ, Çetin - *Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi*

ÇAKMAK, Tolga Fahri – *Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi*

ÇUHADAR, Murat - *Süleyman Demirel Üniversitesi*

DAVRAS, Özgür - *Süleyman Demirel Üniversitesi*

DOĞANTAN, Ece - *Anadolu Üniversitesi*

DOKER, Aslı Cansın - *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi*

ERTAŞ, Mehmet - *Pamukkale Üniversitesi (2)*

GREENACRE, Zerrin Aşan - *Anadolu Üniversitesi*

GÜNAY, Fatih - *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi*

GÜNEŞ, Saniye Gül – *Selçuk Üniversitesi*

IŞIK, Cem - *Anadolu Üniversitesi*

KARADENİZ, Erdinç - *Mersin Üniversitesi*

KARAGÜL, Kenan - *Pamukkale Üniversitesi*

OYMAN, Mine - *Anadolu Üniversitesi*

ÖZDEMİR, Gökçe - *Yaşar Üniversitesi*

ÖZDOĞAN, Osman Nuri - *Adnan Menderes Üniversitesi*

SEYMEN, Oya Aytemiz - *Balıkesir Üniversitesi*

TOKER, Arzu - *Anadolu Üniversitesi*

TÜREGÜN, Nida - *Özyeğin Üniversitesi*

UŞAKLI, Ahmet - *Boğaziçi Üniversitesi*

YAKUT, Kemal - *Anadolu Üniversitesi*

YENİPİNAR, Uysal – *Mersin Üniversitesi*

YEŞİLTAŞ, Murat - *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (2)*

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, altışar aylık dönemlerde (Bahar ve Güz) yayınlanır ve merkezi, Ankara'dır. Dergide turizm ve ilgili/ilışkili dallarını ilgilendiren konularda hazırlanmış makaleler yayımlanır. Derginin yayıncısı, editörü ve editörler kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp, dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Dergiyeye, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi şeklinde atıf yapılmalıdır.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın politikası; uygulamalı ve derleme türü (meta-analiz çalışmaları model önerileri olgu sunuları ve tartışmalar vb.) çalışmaları yayımlamak ve turizm literatürünün geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Dergiyeye gönderilen bütün makaleler editörler kurulu denetimine alınır kabul görmesi durumunda yayımlanır. Makale değerlendirme sürecini daha verimli kullanabilmek ve derginin bilimsel olma kalitesini daha da yükseltmek için yazarların aşağıda belirtilen yazım kurallarına uymaları önerilir.

MAKALE İNCELEMESİ: Dergiyeye yayımlanması amacıyla önerilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirilmeye tabi tutulur hakemlerin önerilerine dikkate alınır ve istenilen düzeltilmeler yerine getirilmesi koşuluyla yayımlanır. İstenilen şablona ve önerilerle bağlı kalınarak hazırlanan ve gönderilen makaleler işleme konulur.

MAKALE TESLİMİ: Makalelerin e-posta ortamında gönderilmesi tercih edilmelidir. Belirtilecek bilgiler arasında yazarın adı-soyadı ve akademik derecesi telefon ve faks numaraları ile e-posta adresini içeren bilgilerin yer almasına dikkat edilmelidir. Gönderilecek olan makaleler daha önce herhangi bir basılı veya sanal bir ortamda yayımlanmamış olmalıdır.

Bildirilerin makale olarak sunulması: Bununla birlikte daha önce herhangi bir kongrede bildiri olarak sunulmuş bir çalışmanın makale halinde önerilmesi aşamasında şu konulara dikkat edilmelidir: a) Öncelikle daha önce bildiri olarak sunulan metin ile makale halinde sunulan metnin aynı olmaması gerekmektedir. b) Bildiri olarak sunulan çalışmadan olan farklı olan yönler ayrıca belirtilmelidir. c) Bildiri olarak sunulan çalışmanın yayımlanmış (veya sunulmuş) örneği makalenin dergiyeye önerilmesi aşamasında gönderilmelidir.

MAKALELERİN GÖNDERİLECEĞİ ADRES:

Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir.

Tel: (0222) 335 05 80/2124

Faks: (0222) 335 66 51

E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

Online ortamda makale önerme: Dergiyeye şu adresi kullanarak online ortamda da makale önerisinde bulunabilirsiniz:

Not: Makale gönderilirken aşağıdaki adres ziyaret edilerek elde edilecek Telif Hakkı Devir Belgesi onaylanarak gönderilmelidir.

<http://www.anatoliajournal.com/copyright.pdf>

MAKALE BAŞLIĞI: Okuyucunun makale ile ilk olarak amacını açıkça ifade edebilen bir başlık aracılığıyla ilişki kurduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Bu nedenle başlığın makalenin amacını ve sınırlarını tam olarak anlatabilen bir içerikte olmasına dikkat edilmelidir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmamasına dikkat edilerek makalede anlatılan çalışmayı içermesi sağlanmalıdır. Başlığın; sekiz sözcüğü ya da boşluklar dahil 50 karakteri geçmemesine özen gösterilmelidir.

ÖZ: Her makalede Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış öz bulunmalıdır. Bilindiği gibi öz makalede önemsiz ayrıntıların atlanarak ana noktaların belli bir anlam içerecek şekilde kısaca ifade edilmesidir. Öz, en az 140, en fazla 150 sözcüğü geçmeyecek şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak özün hazırlanmasında; çalışmanın konusu amacı hazırlama yöntemi veri derleme aracı/araçları ve teknikleri örnekleme analiz biçimi ve sonuçlara ilişkin açıklamalar yer almalıdır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Bilindiği üzere, yayımlanan makalelere yer veren indeks ve öz (abstract) veri tabanlarında anahtar sözcükler makalelere ulaşımı kolaylaştırır. Veri tabanları üzerinde yapılacak taramalardan rasyonel sonuçların alınabilmesi için anahtar sözcüklerin doğru verilmiş olması önemlidir. Anahtar sözcük sayısı altı ile sınırlandırılmalıdır. Sıralanma şekli inceleme konusu olan konunun yer aldığı disiplinden başlayıp daha ayrıntılı olan konulara doğru olmalıdır. Çalışmanın uygulandığı coğrafî alan/bölge en sonda yer almalıdır.

GİRİŞ: Giriş bölümünün amacı çalışmanın genel bir tespitini ve analizini yapmaktır. Çalışmanın amacı aşamaları bölümleri işlenen düşünceler net ve bütünlüklü olarak kısaca özetlenerek okuyucuya aktarılmalıdır. Konunun ne olduğu araştırmanın niçin yapıldığı hangi bölümlerde nelerin söz konusu edildiği gibi soruların yanıtları yer almalıdır. Bu sorular arasında var olan bir sorunu ortaya koymak bir soruna çözüm getirmek herhangi bir konuyla ilgili literatüre katkıda bulunmak gibi amaçlar bulunabilir. Bu bölümde konu ile ilgili literatür taramasına ve araştırma yöntemine yer verilmemelidir. Giriş kısmının 500 sözcüğü geçmemesine özen gösterilmelidir.

KURAM: Bu bölüme "konu" da denilmektedir. Bu bölümde çalışmanın dayandığı kuramsal çerçeveye yer verilir. Böylelikle hazırlanan makalenin hangi alan üzerine hazırlandığı açıklanır. Bu bölümle ilgili anlatımlar söz konusu çalışmaya açılım sağlayan kuramsal çerçeve ile sınırlı tutulmalıdır. Kuram bölümü araştırmanın dayandığı alan ve konu ile bağlantılı olmak üzere en fazla 800 sözcük olmalıdır. Yazar/yazarlar isterse giriş ile kuram ve ilgili çalışmalar bölümlerini "Giriş" bölümü kapsamında tek bir başlık altında da hazırlayabilir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR: Bu bölümde makale konusuna giren alanda daha önce gerçekleştirilmiş benzer araştırmalara yer verilir. İlgili çalışmalar bölümüne çeşitli yazarlar literatür (alanyazın) taraması örneğinde olduğu gibi farklı isimler verebilmektedir. Söz konusu araştırmalarda hangi konuların hangi yöntemle incelendiği hangi sonuçlara ulaşıldığı vb. konulara kısaca burada değinilir. Ayrıca makalenin ilgili alana getirdiği katkının belirlenmesi açısından da ilgili çalışmalara yer verilmesi önemlidir. Makale yazarı ilgili alanda var olan hangi boşlukta bilime katkıda bulunduğunu ortaya koyabilmesi için ilgili çalışmalar bölümünün eksiksiz bir şekilde hazırlanması gerekmektedir.

YÖNTEM: Bu bölümde, şimdiye kadar yapılan açıklamaların ışığında var olan veya olduğuna inanılan sorunun ve çözümünün ortaya konulabilmesi için yürütülen araştırmaya ait bilgiler açıklanır. Çalışmada kullanılacak yaklaşımlar ve yöntemin tam bir betimlemesi yapılır. Bu bilgilerin verilmesinin esas amacı kullanılan yöntemin izlenmesi ile bir başka araştırmacının ayısını tekrarlamasına olanak tanınmasıdır. Bu nedenle yöntem bilimsel bilginin temeli olan tekrar edilebilirlik koşulu için yeterli açıklıkta anlatılmalıdır. Bu bölümde ayrıca, anakütlenin özellikleri, bilgi toplama tekniği, niçin bu veri toplama tekniğinin tercih edildiği, tekniğin avantajlı ve dezavantajlı yönlerine ilişkin açıklamalar yer alır. Araştırmada veri derlemede kullanılan aracın geliştirilme aşamaları ve içeriği gibi konular olabildiğinde ayrıntılı bir şekilde açıklanır. Araştırma alan araştırma tekniklerinden biri ile gerçekleştirilmiş ise seçilen örnekleme tekniği ve bu tekniğin tercih edilme nedenleri açıklanır. Çalışma, "toplubakış makalesi (veya derleme)" yani literatür incelemesi içeriğinde hazırlanmış ise, yöntem bölümünde açıklanan konular dikkate alınmayabilir.

ANALİZ VE BULGULARIN YORUMLANMASI: Yöntem ile ilgili açıklamaların ardından araştırmanın esasını teşkil eden verilerin analizinin yapıldığı bölüme sıra gelir. Elbette ki analiz bölümü veri derlemeye dayalı olan araştırmalar için geçerlidir. Derleme (toplubakış) türü makalelerde analiz bölümü genellikle bulunmaz. Buradaki açıklamalar genel olarak alan araştırma teknikleri ile derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz çeşitidinin seçimi, istatistiksel testler, güven aralığı, istatistiksel testlerin tercih edilme nedeni vb. noktalar bölümün giriş kısmında açıklanır. Bunlar yapıldıktan sonra sıra bulguların yorumlanması gelmiştir. Bulguların yorumlanması bölümünde ise verilerin analizi ile elde edilmiş bulguların sunumu yapılır. Bulgular araştırma sorularına başka deyişle hipotezler ile değerlendirilerek organize edilir. Hipotezlerin ışığında veriler incelenir ve yorumlanır. Bulguların hipoteze uygunluğu değerlendirilir. Sunum biçimi; tablo, grafik veya şekillerden biri veya birkaçı ile gerçekleştirilebilir. İstatistiksel analiz sonuçlarının sunumu da bu bölümde yer alır. Bulguların yorumlanması bölümünde bulguların tekli ikili veya çoklu tablolar biçiminde istatistiksel testlerin sonuçları ile birlikte sununun tercih edilmesi yerinde olacaktır. Böylelikle hangi testin hangi veriler üzerine uygulandığına ilişkin bilgiler daha açık bir şekilde anlaşılır. Bulguların yorumlanması bölümünde örnekleme ilişkin genel bilgiler (demografik veriler) araştırmadan elde edilen bilgiler olmak üzere iki aşamada sunulmalıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular ise kendi arasında bir veya birkaç aşamalı olarak sunulabilir. Ancak burada dikkat edilmesi husus makalede gereğinden fazla kullanılan açıklamaları tablolar ile boğmamaktır. Mümkün olduğunca tablolar birleştirilmeli ya da araştırma amacı/sorunu ile doğrudan ilgili olmayan tablolar kullanılmamalıdır. Ayrıca genel bilgilerin tek bir tablo halinde sunulmasında yarar vardır. Tablo sayısı, kesinlikle 5-6'ya aşmamalıdır. Bu sayıyı aşan ve yer verilmesinin çalışmanın eksik açıklanacağının düşünöldüğu durumlarda, makaleyi dergiyeye önermeden önce, dergi editörü ile irtibat kurulmalıdır.

SONUÇ: Makaleden elde edilen sonuçların özetlendiği gerektiği durumlarda genellemelerin yapıldığı bölümdür. Bu bölüm ele alınan sorunun kısa bir tekrarı ile başlamalı ve bunu elde edilen sonuçların kısa bir özeti izlemelidir (uygulamalı çalışmalar için). İfadeler kısa ve öz olmalıdır. İlgili literatüre yapılan olası bilimsel katkı da burada kısaca özetlenmelidir. Sonuç bölümündeki açıklamaların 400 kelimeyi geçmemesine dikkat edilmelidir.

DEĞERLENDİRME: Sonuçtan sonra yer alan bu bölümde daha sonra bu alana ilgili araştırmalarda bulunacak olanlara yol gösterici açıklamalar yapılır. Olası araştırmacılara bu alanda hangi konuların araştırılması gerektiği, araştırmalarda hangi konulara dikkat edilmesi gerektiği gibi açıklamalarda bulunulabilir. Değerlendirme bölümünün hazırlanması zorunlu olmayıp ancak yukarıdaki açıklamalar doğrusunda hazırlandığında diğer araştırmacılara yol gösterici olacağı da kuşkusuzdur.

TEŞEKKÜR: Bu bölümde; yazar/lar çalışmanın hazırlanması sürecinde yardım almış oldukları kişilere; çalışmaya parasal destek sağlayan kişi kurum ya da kuruluşlara; ya da verilerin kullanılmasına izin veren kişi kurum ya da kuruluşlara teşekkür edebilir. Bu not çalışma metninin bitiminde ama referanslardan önceki kısımda yer almalıdır.

DİĞER BİLGİLER: Ek olarak gönderilen bir makalenin sağlıklı bir hakem denetiminden geçmesi ve “makale değerlendirme” aşamasının kısa sürede sonuçlanması için makale dilinin Türkçe kuralları ile bilimsel anlatım standartlarına uygun ve yapılan görgül çalışmaların sonuçları güvenilir olmalıdır. Bu konuda gerekiyorsa uzman akademisyenlerden yardım alınmalıdır. Makalede toplam sözcük sayısının 5000’den fazla olmamasına özen gösterilmelidir (ana metin referanslar ve tablo-şekiller dahil). Yazılarda Türk Dil Derneği’nin yazım kılavuzu temel alınmalı yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. Konu ile ilgili uluslararası literatürde yer edinmiş teknik kavramların metin içinde yer aldığı ilk yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilmelidir.

REFERANS VERME: Sadece metin içerisinde belirtilen çalışmalara ‘kaynakça’ kısmında yer verilmelidir. Bu bölümde eksik (metinde belirtilmiş ancak ‘kaynakça’ kısmında yer almayan) ya da fazla (metin içerisinde belirtilmemiş ancak ‘kaynakça’ kısmında yer alan) kaynak isimlerine yer verilmemesine özen gösterilmelidir. Kaynaklar yazarların soyadına göre alfabetik sıra ile verilmelidir. Türkçe ile yabancı kaynaklar ya da makaleler ile kitaplar için ayrı bir sınıflandırma yapmadan tek bir liste oluşturulmalıdır.

Metin içerisinde: İlgili çalışmalara yapılacak atıflarda yazarların soyadları ve yayın tarihi kullanılır. Örneğin;

Dener (1996) ...

Dener’e (1996) göre....

Uysal ve Crompton (1985)....

Uysal ve Crompton’a (1985) göre....

Yazar sayısı üçten fazla olan eserlere metin içerisinde yapılacak atıflarda sadece ilk yazarın soyadı yazılarak sonrakiler (vd) şeklinde belirtilecektir. Örneğin;

Timur vd. (2000)

Timur ve arkadaşları (2000)

(Timur vd. 2000).

(Timur ve arkadaşları 2000).

Parantez içerisinde cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyor ise, kaynaklar yayın tarihi sırasına göre verilmelidir (en eskiden en yeniye doğru). Örneğin;

(Dener 1996; Uysal 1998; Morrison 2002) gibi.

KAYNAKÇA DÜZENİ: Atıf yapılan bütün kaynaklar cilt, sayı ve sayfa numarasının tümünü kapsmalıdır. Kaynakların listesine çalışmanın sonunda ve aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi yazarların soyadı sırasına göre yer verilmelidir. Kaynakça bölümünde yer alacak kaynak sayısı en az 20 en fazla 40 olmalıdır. Daha az veya daha fazla sayıda kaynak gösterenlerin çalışmaları değerlendirilmeye alınmayacaktır.

Sürelili Yayınlar / Dergiler:

Yücelt U. ve Marcella M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: An Empirical Investigation, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 32- 38.

Kitaplar:

Witt E. S. ve Witt C. A. (1992). *Modelling and Forecasting in Tourism*. Londra: Academic Press.

Kitap Bölümleri:

Uysal M. ve Hagan L. A. R. (1992). Motivations of Pleasure Travel and Tourism. İçinde; M. Khan M. Olsen ve T. Var (Editörler) *VNRs Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (ss. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.

Tez Çalışmaları:

Timur A. (1978). Turizm Fiyat Enflasyon İlişkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi.

İnternetteki Makaleler:

Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association. (19 Kasım 1999). Washington DC: American Psychological Association <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinden alınmıştır (Ziyaret tarihi: 13.11.2016).

İnternette diğer tür doküman ve bilgilere atıfta bulunulması durumunda <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinde yer alan Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association başlığı altındaki açıklamalar dikkate alınmalıdır.

Kaynakça gösterme ile ilgili dikkat edilmesi gereken bazı konular: a) Yayınlar için kent ismi verilecek ise, ilgili kentin Türkçe yazılışına yer veriniz (London yerine Londra gibi). b) Basım sayıları için de Türkçe açıklamaya yer veriniz (First Edition yerine Birinci Baskı gibi). c) Kitaplar içerisinde yer alan bölüm yazıları için “in” yerine “içinde” yazınız. d) Lütfen kaynak gösterimindeki ayrıntılara dikkat ediniz.

TABLO ŞEKİL VE FOTOĞRAFLAR: Makale ile ilgili diğer bütün ekler özenle hazırlanmalı ve metin içerisinde yer almalıdır. Tablolar ana metine atıf yapılmadan anlaşılır bir şekilde olmalı tablo başlığının yanı sıra kolonlar için de başlık verilmelidir. Çok uzun ya da çok geniş tablolardan kaçınılmalıdır. Bir makale içerisinde en fazla beş tabloya yer verilmelidir. Çok gerekli olmayan hallerde demografik veri içerikli tablolara yer verilmemelidir. Bu sınırı aşan ve makaleyi tablolara dolduran çalışmalar değerlendirmeye alınmayacaktır. Şekil ve grafikler sade olmalı ve başlık içermelidir.

BAZI ETİK KONULARI: Zaman zaman turizm alanında da bilim etiği ihlalleri ortaya çıkabilmektedir. Akademik alandaki bir kurumda görevli olsun veya olmasın, bilerek veya bilmeyerek yapılan bazı etik ihlalleri yıllar sonra bireylerin önüne gelebilmekte ve vahim sonuçları olabilmektedir. O nedenle, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’ne önerilecek makalelerin hazırlanması ve önerilmesinde; “intiha”, “dilimleme”, “uydurma (fabrikasyon)”, “çarpıtma”, “destek belirtme”, “yazarlıkla ilgili konular (yazar adı belirtme, yazarlık sıralaması, yazarlık hakkı, vs.)” ve diğer bilim etiğinde uyulması gereken hususlara uyulmasında gerekli özenin gösterilmesini bekliyoruz.

YAZARLARIN ÖZGEÇMİŞ VE FOTOĞRAFLARI: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nin Yıl 27, Sayı 1 sayısından itibaren yazarların özgeçmiş ile fotoğraflarına yer verilmeye başlanmıştır. Yazarların aşağıdaki özgeçmiş şablonuna göre hazırlayacakları özgeçmişleri ile yüksek çözünürlüklü olarak taranmış bir fotoğraflarını makaleyi önerirken göndermeleri gerekmektedir.

Özgeçmiş hazırlama şablonu:

..... Üniversitesi Fakültesi/Yüksekokulu’ndan (var ise bölüm de belirtilmeli) mezun oldu (YIL). Yüksek lisans derecesini Üniversitesi’nden dalından (YIL), doktora derecesini de Üniversitesi’nden dalından aldı (YIL). Üniversitesi’nde çalışmaya başladı (YIL) (Üniversite dışında başka kurum veya kuruluşlarda çalışılmış ise, burada sırasıyla belirtilmeli). (Var ise) Doçentlik unvanını alanında aldı (YIL). (Var ise) Profesörlüğe Üniversitesi’nde yükseltildi (YIL). Halen Üniversitesi Fakültesi/Yüksekokulu’nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanı/ları,’dır.